

UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN



TESIS DOCTORAL

Fandom, fanwork y aprendizaje no formal en la red

MEMORIA PARA OPTAR AL GRADO DE DOCTOR

PRESENTADA POR

Cristina de los Ríos Izquierdo

Directora

María Dolores Cáceres Zapatero

Madrid

© Cristina de los Ríos Izquierdo, 2021

UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN



UNIVERSIDAD
COMPLUTENSE
MADRID

FANDOM, FANWORK Y APRENDIZAJE NO FORMAL EN LA RED

Cristina de los Ríos Izquierdo.

Dirigida por:

Dra. María Dolores Cáceres Zapatero.

Agradecimientos

Gracias a mi directora, por su paciencia infinita y su gran trabajo, sin el cual nunca hubiera podido terminar este proyecto.

Gracias a mis padres, que nunca perdieron la fe en que en algún momento la terminaría y me han dado ánimos y apoyo en cada paso del camino.

Gracias a mis amigas fans, compañeras infatigables de unos cuantos *fandoms*, que fueron mis conejillos de indias, que me ayudaron en todo, que no se cansaron de mí en ningún momento. Sois las mejores.

Gracias a mis *beta-readers*, muchísimas gracias.

Gracias a todas las aca/fans que conocí en el camino, me ayudasteis muchísimo, un placer y una alegría haberos conocido.

Gracias infinitas a todos aquellos fans y miembros de diferentes *fandoms* que de una manera u otra, me han ayudado a realizar esta tesis. Que me regalaron su tiempo para que los acribillara a preguntas, que contestaron con paciencia un cuestionario larguísimo y aún me animaban y me hacían sugerencias a través de las redes sociales y me seguían retuiteando. Especialmente gracias a Marion, Mrs.Mancuspia, Clara2222, DeyaRedfield, Enia, Agente de Marvel, Sixphanel, Slayerrr, Lizettttt, Sra. Cheg, KalEl el Vigilante, Lady Sil y Thetrueinyoureyes (orden en el que fueron entrevistados) personas talentosas y buenas que me dedicaron una hora de su vida, en algunos casos mucho más, en unos horarios extrañísimos, en algunas circunstancias muy raras, con problemas técnicos incluidos, para que pudiera entrevistarlos y grabarlos, para hacerlos pasar a la posteridad.

Muchísimas gracias a todos.

ÍNDICE

RESUMEN	11
PALABRAS CLAVE	17
ABSTRACT	19
KEYWORDS	24
INTRODUCCIÓN	25
PRIMERA PARTE	27
1. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	29
1.1. ANTECEDENTES DE LA CUESTIÓN Y PUNTO DE PARTIDA	29
1.2 OBJETO Y OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	32
1.2.1. OBJETO DE ESTUDIO.....	32
1.2.2. OBJETIVO GENERAL	33
1.2.3. OBJETIVOS ESPECÍFICOS	33
1.3. PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN	34
1.4. METODOLOGÍA	35
2. MARCO TEÓRICO	39
2.1. EL <i>FANDOM</i>	39
2.2.1. <i>EL FANDOM</i> , UNA DEFINICIÓN IMPRECISA.....	39
2.1.2. ANTECEDENTES, EL <i>FANDOM</i> ANTES DE SERLO	45
2.1.3. <i>STAR TREK</i> : EL COMIENZO DE LAS COMUNIDADES DE FANS COMO LAS CONOCEMOS EN LA ACTUALIDAD	51
2.1.4. <i>EXPEDIENTE X</i> : LAS PRIMERAS COMUNIDADES VIRTUALES DE FANS.....	57
2.1.5. EJEMPLOS DE <i>FANDOMS</i> SIGNIFICATIVOS.....	72
2.2. LOS FANS EN EL <i>FANDOM</i>	81
2.2.1. TIPOS DE FANS: DIFERENTES ROLES PARA UN MISMO <i>FANDOM</i>	83
2.2.2. CUESTIÓN DE GÉNERO: HOMBRES Y MUJERES EN EL <i>FANDOM</i> .	87

2.2.3. LA MOTIVACIÓN DEL FAN. PERTENECER A.....	90
2.3. ACTIVIDADES CREADORAS EN EL <i>FANDOM</i>	92
2.3.1. <i>FANFICTION</i> , LITERATURA FAN.....	93
2.3.2. <i>FANART</i> , EL ARTE FAN.....	111
2.3.2. <i>VIDDING</i> , LOS VÍDEOS DE LOS FANS	121
2.3.3. <i>FANFILMS</i> , LAS PELÍCULAS HECHAS POR LOS FANS	132
2.3.4. <i>FANSUB</i> , LOS SUBTÍTULOS HECHOS POR FANS	138
2.3.5. OTROS.....	147
2.4. COPYRIGHT Y DERECHOS DE AUTOR.	151
SEGUNDA PARTE.....	161
3. PREGUNTANDO A LOS FANS ACERCA DE LOS FANS. UN CUESTIONARIO DE AUTOCONOCIMIENTO.....	163
3.1. ¿QUIÉNES SON, DÓNDE ESTÁN Y QUÉ HACEN LOS FANS?	175
3.1.1. ¿QUIÉNES SON?	175
3.1.2. ¿DÓNDE ESTÁN?	178
3.1.3. ¿QUÉ HACEN?	182
3.1.4. SU VIDA COMO FANS	185
3.2. PRODUCTOS CULTURALES QUE MÁS INTERESAN A LOS FANS.....	188
3.3. EL <i>FANDOM</i>	197
3.4. ACTIVIDADES EN EL <i>FANDOM</i>	204
3.5. TIPOS DE FANS, SEGÚN ACTIVIDADES.....	210
3.5.1. LOS ESCRITORES DE <i>FANFICTION</i>	211
3.5.2. LOS <i>BETA-READERS</i>	236
3.5.3. LOS LECTORES DE <i>FANFICTION</i>	253
3.5.4. LOS CREADORES DE <i>FANART</i>	267
3.5.5. LOS FANS DEL <i>FANART</i>	284
3.5.6. LOS <i>VIDDERS</i>	295

3.5.7. LOS FANS DEL <i>VIDDING</i>	312
3.6. CONCLUSIONES	321
4. TRECE FAN ARTISTAS HABLAN SOBRE EL <i>FANDOM</i>	327
4.1. FANS ENTREVISTADOS.....	327
4.2. EL <i>FANDOM</i> PARA FANS	329
4.2.1. DEFINICIONES	329
4.2.2. VIDA EN EL <i>FANDOM</i>	331
4.3. APRENDIZAJE DENTRO DEL <i>FANDOM</i>	348
4.3.1. APRENDIZAJE DEL IDIOMA INGLÉS	348
4.3.2. ESCRITURA CREATIVA	351
4.3.3. CREACIÓN MULTIMEDIA.....	357
4.3.4. OTRO TIPO DE APRENDIZAJES	361
4.4. CONCLUSIONES	366
TERCERA PARTE	369
5. GLOSARIO. UN PEQUEÑO DICCIONARIO PARA EL <i>FANDOM</i>	371
6. CONCLUSIONES FINALES	381
6.1. EL <i>FANDOM</i> , DONDE ENCONTRAMOS AL FAN	381
6.1.1. SOBRE LA DEFINICIÓN DEL <i>FANDOM</i> . EN BUSCA DE UNA DEFINICIÓN REAL.....	381
6.1.2. SOBRE LOS FANS ¿QUIÉNES SON Y CUÁLES SON SUS CARACTERÍSTICAS MÁS REPRESENTATIVAS?.....	382
6.1.3. SOBRE LAS ACTIVIDADES QUE SE REALIZAN. NO SOLO DE <i>FANFICTION</i> , <i>FANART</i> Y <i>VIDDING</i> VIVE EL FAN	385
6.1.4. SOBRE LA TERMINOLOGÍA QUE SE UTILIZA.	387
6.2. AUTOFORMACIÓN Y PRÁCTICAS COLABORATIVAS EN LA RED	388
6.3. EL FUTURO DEL <i>FANDOM</i> . LO QUE LE ESPERA.....	391
FUENTES Y BIBLIOGRAFÍA	393
ANEXOS	409

ANEXO 1: CUESTIONARIO.....	411
ANEXO 2: ÍNDICE DE TABLAS	429
ANEXO 3: ÍNDICE DE FIGURAS	439

RESUMEN

A lo largo de esta tesis doctoral *Fandom, fanwork y aprendizaje no formal en la red* se ha abordado la temática del *fandom* hispanohablante; o mejor dicho, de lo que tienen en común los diferentes *fandoms* hispanohablantes, y alguna diferencia. El principal objetivo ha sido realizar una aproximación con rigor científico a este fenómeno y además poder desvelar las aptitudes o capacidades reales que puede adquirir el fan, de forma autónoma, dentro del propio *fandom* y con el apoyo del mismo, al realizar las actividades más características del *fandom*, principalmente las creativas.

Este objetivo general se concreta en ocho objetivos específicos:

- 1) Proponer una definición oportuna, realista y lo más completa posible de lo que es y se considera el *fandom* con respecto a los fans de los medios de comunicación.
- 2) Realizar un acercamiento real al *fandom* y a sus usuarios hispanohablantes en su relación con el *fandom* anglosajón.
- 3) Conocer al fan hispanohablante, sus tipos, sus intereses, sus motivaciones, sus características.
- 4) Identificar todas las actividades que un fan puede desarrollar dentro de un *fandom*, dando una visión clara de lo que son y lo que suponen las más realizadas entre los fans, sobre todo las más creativas.
- 5) Conocer las actividades que más realizan los fans hispanohablantes y el porqué de su realización, sus lugares de encuentro y si estas le aportan un valor añadido, formativo o motivacional, al propio fan. Se anticipa que el *fandom* no solo es un ámbito que se vincula con el ocio, sino también con la creación y el autoaprendizaje, en donde se diluyen las fronteras entre ambos.
- 6) Entender el *fandom* como una comunidad, tanto virtual como física, dentro de la cual se puede socializar, aprender y enseñar, consiguiendo una gran masa crítica ante la comunidad y ante el producto que la ha creado a su alrededor.
- 7) Elaborar un glosario de definiciones que permita identificar con precisión las características y actividades propias del *fandom*.
- 8) Anticipar cuál puede ser el futuro de estas comunidades de fans, haciendo una proyección hacia delante teniendo en cuenta su presente y su pasado.

Para conseguirlo, en este trabajo se ha utilizado una metodología de investigación mixta, tanto cualitativa, como cuantitativa, intentando encontrar un procedimiento adecuado mediante la triangulación en la recolección de datos. Datos tanto secundarios, con una revisión documental de la producción escrita sobre el *fandom*, como primarios, obtenidos *ex profeso* para esta investigación: cuestionarios y entrevistas personales.

En primer lugar, se ha realizado una revisión bibliográfica en profundidad que ha permitido identificar y revisar las investigaciones y trabajos publicados con relación al *fandom*, a fin de elaborar el estado de la cuestión respecto a un tema no muy estudiado en nuestro país. Dicha revisión ha servido para elaborar el contexto histórico y social, identificar sus características y perfilar los rasgos de su evolución.

En segundo lugar, se ha realizado una aproximación cuantitativa al objeto de estudio, mediante un cuestionario de elaboración propia compuesto por 35 preguntas, dirigido a fans de ambos sexos con acceso a Internet, ya que el cuestionario fue difundido y cumplimentado *online*. Se consideró que este era el mejor contexto posible para su realización porque es el espacio donde más se encuentran y reúnen los fans en la actualidad y sobre todo porque es el lugar donde se pueden encontrar sus trabajos que, en última instancia, es uno de los objetos de estudio más relevantes de esta investigación. Se han obtenido 2406 cuestionarios completos válidos.

En tercer lugar, desde una aproximación más cercana a la etnografía virtual, se han realizado entrevistas personales a 13 fans hispanohablantes creadores de contenidos (escritoras y escritores de *fanfic*, *betas*, creadores de *fanart*, *vidders*, subtituladores...) de diferentes *fandoms*, nacionalidades (españoles, mexicanos y argentinos, las tres nacionalidades más representativas del *fandom* hispanohablante según el cuestionario previamente realizado), género y edad (nacidos entre 1970 y 1998). Estos fans fueron elegidos atendiendo a dos criterios, su notoriedad en el *fandom* y la posibilidad de acceso.

El *fandom* es indudablemente una comunidad de personas, ya sea virtual (a través de la red), presencial, o una mezcla de las dos. Las personas fans entran en el *fandom* buscando compartir algo con otras personas, lo que invalida la idea generalizada del fan solitario o asocial por defecto, ya que pueden serlo o no, pero no es un rasgo principal de su naturaleza. Los fans que entran a formar parte de un *fandom* suelen, en la mayoría de los casos, acabar encontrando su pequeña comunidad dentro de la gran comunidad de

fans, donde se sienten cómodos y suelen hacer amistades que trascienden el propio *fandom*; pero aparte de estas pequeñas comunidades, siempre habrá camaradería dentro del *fandom* entre los fans de un mismo producto cuando se reconozcan en cualquier situación de la vida.

En el mundo hispanohablante, según el cuestionario realizado, el grueso de los fans que forman parte del *fandom* son mujeres jóvenes, en la veintena, que están cursando estudios universitarios. Aunque se han encontrado fans en todas las franjas de edad propuestas, el descenso solo es significativo en menores de 14 y mayores de 43 y casi la mitad de ellos tienen estudios universitarios.

El *fandom* alrededor de los productos que hemos estado trabajando, principalmente series, películas y libros, está altamente feminizado, tanto en el mundo hispanohablante como en el mundo anglosajón. Desde finales de siglo XX, las mujeres hispanohablantes (las anglosajonas lo hicieron antes) han ido ganando terreno rápidamente en el *fandom*, ocupando la mayoría de los espacios y centrando los *fandom* en la mayor parte de las ocasiones en un tema de *ships*, haciendo al mismo tiempo que muchos hombres «huyeran» o se alejaran de ciertos *fandom* o se buscarán otros espacios.

Por lo general, el *fandom* es ampliamente *gay-friendly*. Si nos centramos en lo observado a lo largo de los años, sobre todo en los últimos con respecto a algunos de los *ships* más seguidos en que existe un vocabulario específico para designar ciertas historias de temática homosexual y en el material creado alrededor de ciertos *ships*, *canon* o no, es difícil no ver esta tendencia. No es que todos aquellos que disfrutan de esos *ship* LGTB+ lo sean, pero al crear *fandoms* alrededor de esta temática, esos lugares se convierten en sitios seguros para que la comunidad LGTB+ pueda vivir su identidad libremente y sentirse representada, algo que llevan años intentando conseguir en los medios de comunicación.

Con respecto a la procedencia de los fans, uno de los motivos por los que se amplió la muestra a todos los fans hispanohablantes, es porque en investigaciones previas se había observado un gran número de mujeres creadoras de contenido hispanoamericanas. Los cuestionarios, en un principio, arrojaron unos resultados que no parecían avalar estas observaciones, pero la realidad es que las mujeres fans hispanoamericanas se involucran mucho en los *fandom* que siguen, son muy creadoras y activas, por lo que aunque no haya una cantidad altamente significativa, su voz se deja oír alta y clara.

Con respecto a las actividades, las más comunes entre los fans hispanohablantes según la encuesta realizada son, con una pequeña diferencia, «comentar su afición a través de las redes sociales» y «consumir *merchandising*», en tercer lugar se encuentra el uso de *fansub*. Como era de esperar, ninguna actividad creativa se encuentra entre las primeras del listado, ya que son las que más esfuerzo y dedicación requieren, aun así en el décimo puesto aparece la primera: «escribir *fanfiction*» (casi una tercera parte de los fans que contestaron la encuesta realizan esta actividad) y en el puesto 15 podemos encontrar, con algo más de un cuarto de los encuestados, a los creadores de *fanart*. Por último a este respecto, hay que señalar que, en el contexto hispanohablante, hay creadores de muy diverso tipo en todas las actividades propuestas.

A la hora de tratar el aprendizaje no formal a través del *fandom*, lo primero que hay que tener en cuenta es que la llegada al *fandom* conlleva un aprendizaje constante y desde el principio. Sin ir más lejos, lo primero que hay que aprender es una terminología básica, sin la cual el fan no se podrá mover por el *fandom* de una manera consciente.

Y es que interactuar en el *fandom* de por sí, ayuda al desarrollo de ciertas capacidades tanto sociales como tecnológicas, convirtiendo el *fandom* en una especie de proyecto interdisciplinar donde se tratan numerosas competencias básicas. Por ejemplo, la competencia en comunicación lingüística (el fan tiene que saber utilizar correctamente el lenguaje escrito para poder interrelacionarse sin conflictos dentro del *fandom* y dependiendo de los casos no solo en su idioma materno, el inglés como idioma universal, también en el *fandom*, es altamente necesario), la competencia digital (ya que casi todo en la comunicación entre fans se desarrolla a través de Internet y es necesario saber moverse bien en la red para poder disfrutar al máximo), la competencia social y ciudadana (el debate activo, expresar las ideas propias y escuchar las ajenas, llegar a una conclusión válida y razonada siempre ha sido muy valorado en el *fandom*, ya que analizar cada pequeño detalle de una situación es una de las actividades preferidas por los fans, aunque es algo que está desapareciendo paulatinamente en los últimos años), la competencia para aprender a aprender (la autoformación para mantenerse al día y para ser capaz de hacer cada vez mejor *fanwork*), y por último la competencia cultural y artística y la autonomía e iniciativa personal que son las que están más relacionadas con la creación de *fanfiction*, *fanart* y *vidding*.

Elegimos a este respecto analizar más en profundidad el *fanfiction*, el *fanart* y el *vidding* porque en un principio las capacidades y destrezas que se necesitaban para el desarrollo de estas tres actividades eran bastante claras, eran actividades artísticas que requerían unos conocimientos claros: escribir, dibujar, editar, aparte de cierta sensibilidad artística que puede mejorar con la práctica. Sin embargo, las principales disciplinas que se aprenden en el *fandom* desde cero son digitales o tecnológicas, unidas a programas específicos. Muchos de los fans encuestados aprendieron a manejar diferentes tipos de programas necesarios para la creación de *fanart*, *vidding*, *subtítulos*... por y para la creación de estos productos. Lo hicieron de una manera autodidacta, sin tener detrás una formación reglada específica, con la ayuda de otros fans de manera directa o indirecta, preguntando o siguiendo el material que otros fans habían creado y subido a la red. Y es que el aprendizaje no formal en el *fandom* tiene dos características básicas: es autónomo (ya que lo desarrolla el fan desde la soledad de su hogar) y requiere la colaboración de otros fans (es una práctica colaborativa).

Por otro lado, para el desarrollo de ciertas competencias o capacidades, como las idiomáticas o lingüísticas, el *fandom* fue más un lugar donde practicar y probar (es lo mismo para los ilustradores), ya que casi todos los fans cuando llegaron al *fandom* ya tenían unos conocimientos básicos tanto en castellano, como en inglés. Desde un punto de vista creativo/literario, muchos de ellos tenían ya un interés especial por escribir de una manera creativa o profesional, y el *fandom* lo facilitó y motivó ya que les proporcionó un público deseoso de consumir ese material. El *feedback* en estos casos, sobre todo en el pasado cuando era mucho más numeroso, fue muy importante a la hora de mejorar y depurar la técnica de cada escritor o artista, al igual que la figura del *beta*, cada día más olvidada en el *fandom*.

Casi todos los fans con los que se ha hablado afirman haber aprendido o afianzado ciertos aprendizajes gracias al *fandom*. El principal punto es que la motivación es intrínseca al fan, por lo que aprender o practicar no es algo que viene impuesto u obligado, sino que se convierte en placentero y se hace por gusto.

A partir de estas consideraciones podemos afirmar sin miedo a equivocarnos, que el *fandom* es un desencadenante a la hora de querer aprender más, e Internet lo ha hecho más asequible. La red ha unido a fans de todas las partes del mundo que quieren solidariamente contribuir con este aprendizaje no formal, muchas veces ni siquiera

intencional, a hacer más grande su *fandom*; fans que de otra manera nunca se hubieran podido poner en contacto.

¿Qué le depara el futuro al *fandom*? La respuesta es incierta. Ni los fans, ni las comunidades donde se encuentran van a desaparecer. Si algo hemos averiguado a lo largo de esta investigación es que hace muchos años que hay fans y que los fans siempre intentan unirse en comunidades para compartir su afición y hacer actividades que lleguen al mayor número de ellos.

Sin embargo, el mundo cambia rápido y podría parecer que la edad de oro de las comunidades de fans ya pasó. Nunca hubo más fans de los que hay ahora, pero ciertos principios de las comunidades de fans desaparecen, o simplemente puede ser que el cambio en el consumo, la inmediatez, lleve a las comunidades de fans a otros lugares o productos. Al hablar con ciertos miembros del *fandom*, la conclusión parece clara, a mayor número de fans y a mayor facilidad a la hora de consumir ciertos productos, menos *fandom*. Las nuevas formas de consumo ni alientan, ni mejoran el *fandom*, simplemente lo diluyen.

Pero lo cierto es que las actitudes y actividades que se desarrollan en el *fandom* se mantienen en general, tal vez no algunas de sus normas de conducta y tal vez los productos cambian, es posible que se siga necesitando cierta serialidad o que los productos tengan ciertas características para arrastrar a los fans activos, que cada vez ocupan menos los medios de comunicación. Ahora las viejas actividades se mueven y se desarrollan poco a poco en productos protagonizados por *youtubers* o *influencers*, también en realities como Operación Triunfo (*fandoms* de personas reales) y, parece ser que los nuevos *fandoms* de moda en series de televisión se alejan, por lo menos en el contexto hispanohablante, de las series o películas estadounidenses para desarrollarse en productos propios de cada país, o en las telenovelas turcas o en los dramas coreanos (k-dramas), sin olvidar la fuerza que el manga y el anime siempre ha tenido en el mundo del *fandom*.

Por último, esta investigación aporta una radiografía clara de lo que es el *fandom* y de cómo este se desarrolla en el mundo hispanohablante. Se ha realizado un estudio pormenorizado de quienes son sus fans, de cómo se interrelacionan dentro del *fandom*, de qué actividades realizan y de lo que estas les aportan tanto social como

educativamente, además de presentar un amplio glosario con una terminología básica y clara, para cualquiera que quiera adentrarse en el mundo de las comunidades de fans.

PALABRAS CLAVE

Fandom; fans; aprendizaje no formal; autoformación; comunidades de fans; comunidades virtuales; aficionados; narrativas transmedia; *beta-readers*; *fanart*; *fanartistas*; *fanfiction*; *fansub*; *fanwork*; *vidders*; *vidding*.

ABSTRACT

The present dissertation, *Fandom, fanwork and non-formal learning on the Internet*, covers the subject of the Spanish-speaking *fandom*, or rather, what the different Spanish-speaking *fandoms* have in common, along with some differences. The main objective was to establish an approach to this phenomenon with scientific rigor, as well as to reveal the skills or real abilities that the fans may acquire on their own, within the *fandom* itself and thanks to its support, when engaging in those activities that are specific to the *fandom*, mostly creative ones.

Said objective is composed of the following eight specific sub-objectives:

1. To offer an appropriate, realistic and as complete a definition as possible of what the *fandom* is and what it is considered to be with respect to media fans.
2. To actually approach the *fandom* and its Spanish-speaking users vis-à-vis their relationship with the English-speaking *fandom*.
3. To get to know the Spanish-speaking fan, the different types of fan, their interests, their motivations, their qualities.
4. To identify all the activities that a fan may conduct within a *fandom*, providing a clear picture of those activities that are more common and what they represent among the fans, especially the most creative ones.
5. To discover the most frequent activities that Spanish-speaking fans take part in and the reasons why, their meeting points, and to learn whether these activities provide them with an added value, either educational or motivational. The *fandom* is not just a pastime, but a space related to creation and self-learning, where the boundaries between both of them get blurry.
6. To understand the *fandom* as a community, both virtual and physical, within which one can socialize, learn and teach, achieving a great critical mass before the community and the product around which it was built.
7. To develop a glossary with definitions that allow to accurately identify the specific features and activities of the *fandom*.
8. To anticipate what the future has in store for these fan communities, by preparing a forecast that takes into account their present and their past.

To achieve the aforementioned objectives, a mixed research methodology has been applied, both qualitative and quantitative, with the intention to find an appropriate procedure through triangulation in data collection. Both secondary data, with a document review of the written production on the *fandom*, and primary data, obtained expressly for the present research: questionnaires and personal interviews.

Firstly, an in-depth bibliographic review was conducted, allowing to identify and review the research and studies published in relation to the *fandom*, in order to elaborate on the literature review of a topic that has not been widely studied in Spain. Said review has served to develop the *fandom*'s historical and social contexts, to identify its characteristics and to outline the features of its evolution.

Secondly, the subject of study has been approached quantitatively, by means of a custom-made questionnaire composed of 35 questions, to address both male and female fans with access to the Internet, since the questionnaire was distributed and filled in *online*. This was considered to be the best possible context for its completion, given that it is the space where most fans currently meet and gather together, and especially because it is where they may find their *fanwork*, which ultimately is one of the most relevant subjects of study within the present research. 2,406 complete and valid questionnaires were taken.

Thirdly, from a closer approach to virtual ethnography, personal interviews have been taken by 13 Spanish-speaking fans who are content creators (*fanfic* writers, *beta readers*, *fanart* creators, *vidders*, subtitlers...) of different *fandoms*, nationalities (Spanish, Mexican and Argentinean, the three most representative nationalities of the Spanish-speaking *fandom* according to the previously conducted questionnaire), gender and age (born between 1970 and 1998). These fans were chosen according to two criteria: their popularity within the *fandom* and their accessibility.

A *fandom* is, without a doubt, a community of people, either virtual (via the Internet), or face-to-face, or a combination of both. Fans enter the *fandom* with the intention to share something with other people, thus invalidating the widespread idea of the isolated or asocial fan by default, which is a possibility, but it is not a major trait of their nature. Fans who join the *fandom* usually end up finding a small community within the larger community of fans, where they feel comfortable, and they often build friendships that transcend the *fandom* itself. In any case, outside these small communities, and within

the *fandom*, there will always be a special camaraderie among fans of the same product when they recognize each other in any life situation.

In the Spanish-speaking world, according to the conducted questionnaire, the majority of fans that belong to the *fandom* are young women in their twenties who are currently college students. Even though there are fans from all proposed age groups, the decrease is only significant in those under 14 and over 43, and almost half of them have college education.

The *fandom* around the products that we have been analyzing, mainly series, movies, and books, is highly feminized, in both the Spanish-speaking and the English-speaking worlds. Since the late 20th century, Spanish-speaking women (English-speaking women did it before) have been rapidly gaining ground in the *fandom*, by occupying most spaces and focusing *fandoms* on *ship* topics, causing many men to «flee» or move away from certain *fandoms* or seek different spaces.

In general, the *fandom* is largely gay-friendly. It is difficult not to notice this trend if we focus on the analysis carried out over the years, especially in the last few years, with respect to some of the most popular *ships* in which there is a specific vocabulary to describe certain stories with a gay-related theme, as well as on the material created around certain *ships*, either *canon* or not. Not all those who enjoy the LGTB+ *ships* belong to this community, but creating *fandoms* around this subject helps to build safe places for the LGTB+ community to freely live their identity and to feel represented, something that they have been trying to achieve for years in the media.

In relation to the origin of the fans, one of the reasons why the sample was extended to all Spanish-speaking fans is that previous research had shown a large number of Hispanic female content creators. The questionnaires, at first, led to results that did not seem to support these observations, but the fact is that Hispanic female fans are actively involved in the *fandoms* they follow, they are committed and creative, so even though there is no extremely significant number, their voice is heard loud and clear.

In terms of activities, the most frequent ones among Spanish-speaking fans, according to the conducted survey are, with a small difference, «to share their *hobby* on social media» and «consuming merchandise». In third place, enjoying *fansubs*. As expected, there are no creative activities at the top of the list, since they are the ones that require

the most effort and dedication. Even so, the first one comes in tenth place: «writing *fanfiction*» (almost a third of the fans that completed the survey write *fanfiction*), and in fifteenth place we may find, with just over a quarter of the survey respondents, *fanart* creators. Finally, in this regard, it should be noted that, in the Spanish-speaking context, there are very different types of creators for each of the activities proposed.

When dealing with non-formal learning through the *fandom*, the first thing to keep in mind is that joining the *fandom* entails constant learning from the very beginning. Without going into further detail, the first thing to learn is a certain basic terminology without which the fan will not be able to move around the *fandom* in a conscious way.

Just interacting in the *fandom* already helps to develop certain social and technological abilities, which makes the *fandom* a kind of interdisciplinary project that addresses several basic skills. For instance, the linguistic communication competence (the fan needs to know how to use the written language correctly in order to interact without conflicts within the *fandom* and, depending on the case, they must do so not only in their native language, but also in English, as a universal language which is also essential in the *fandom*), the digital competence (almost all communication between fans takes place via the Internet and it is necessary to know your way around it in order to make the most of it), the social and citizen competences (active discussions, expressing one's own ideas and listening to other people's, reaching a valid and reasoned conclusion, which has always been highly valued within the *fandom*, given that one of the favorite activities of the fans is analyzing every single detail of a situation, even though it has been gradually disappearing in the past few years), the ability to learn how to learn (self-training to keep up to date and to become a better *fanwork* creator), and finally, the cultural and artistic competences along with a personal autonomy and initiative, which relate more closely to the creation of *fanfiction*, *fanart* and *vidding*.

We have decided to make an in-depth analysis of *fanfiction*, *fanart* and *vidding* because, originally, the skills and abilities needed to develop these three activities were quite clear, they were artistic activities that required specific knowledge: writing, drawing, editing, apart from a certain artistic sensitivity that could be improved with practice. However, the main disciplines learned from scratch in the *fandom* are digital or technological, linked to specific software. Several fans who took the survey had learned to use different types of computer programs needed to create *fanart*, *vidding*, subtitles...

exclusively for the creation of these products. They were self-taught, with no specific formal training, just with direct or indirect help from other fans, by asking or by following material that other fans had created and uploaded. The fact is that non-formal learning within the *fandom* has two basic characteristics: it is autonomous (since it is cultivated by the fans from the solitude of their home) and it requires collaboration from other fans (it is a collaborative practice).

On the other hand, for the development of certain skills or abilities, such as language or linguistic skills, the *fandom* was more a place for practice and testing (it is the same for illustrators), since most of the fans already had some basic knowledge in both Spanish and English when they joined the *fandom*. From a creative/literary point of view, many of them already had a special interest in writing creatively or professionally, and the *fandom* made this easier and motivated them, since it provided an audience who was eager to read their material. In such cases, *feedback* was key to improve and refine the technique of each writer or artist, especially in the past, when it was much more common, along with the *beta* figure, currently more and more forsaken by the *fandom*.

Almost all fans that were surveyed claim to have learned or to have consolidated certain learnings thanks to the *fandom*. The main point is that motivation is intrinsic to the fan, therefore, learning or practicing is not imposed or forced, but something pleasant and done for fun.

In light of such considerations, we can safely say that the *fandom* acts as a trigger when it comes to wishing to learn more, and the Internet has made this more affordable. The Internet has united fans from all corners of the world who want to selflessly contribute with said non-formal learning, in many cases not even intentionally, in order to make their *fandom* bigger; fans who otherwise would have never been able to interact with each other.

What does the future hold for the *fandom*? The answer is uncertain. Neither the fans, nor the communities where they gather are going to disappear. If there is one thing that we have learned in the course of this research, is that fans have been there for a long time and they will always try to come together in communities to share their hobby and to work on activities that reach as many fans as possible.

However, the world is rapidly changing, and it might seem that the golden age of fan communities has passed. There have never been more fans than there are now, but certain principles of fan communities are disappearing, or it might just be that the shift in consumption, the immediateness, is leading fan communities to different places or products. When talking to some members of the *fandom*, the conclusion seems clear, the more fans and the easier it is to consume certain products, the less *fandom*. New forms of consumption do not encourage or improve the *fandom*, they simply dilute it.

But the truth is that the attitudes and activities that take place in the *fandom* still prevail in general, perhaps not some of the rules of conduct, and perhaps the products may change, it might be possible that a certain seriality is still needed or that the products need to have specific characteristics in order to attract active fans, being less and less present in the media. Now, old activities are moving again, and they are gradually being developed through products powered by youtubers or influencers, even in reality shows such as «Operación Triunfo» (*fandoms* for real-life people), and it seems that the new popular television *fandoms* are moving away, at least in the Spanish-speaking context, from American series or movies, to turn into country-specific products, such as Turkish soap operas or Korean dramas (K-dramas), without forgetting the influence that manga and anime have always had within the *fandom* culture.

Finally, the present research provides a clear picture of what the *fandom* is and how it is developed in the Spanish-speaking world. A detailed study has been carried out to determine who the fans are, how they relate with each other within the *fandom*, what activities they do, and what these activities bring to them both socially and educationally, in addition to presenting a detailed glossary with certain basic terminology, for anyone who wishes to delve into the world of fan communities.

KEYWORDS

Fandom; fans; non-formal learning, self-training; fan communities; virtual communities; aficionados; transmedia storytelling; *beta-readers*; *fanart*; *fanartistas*; *fanfiction*; *fansub*; *fanwork*; *vidders*; *vidding*.

INTRODUCCIÓN

Formo parte de uno u otro *fandom* desde hace más o menos la mitad de mi vida, seguramente hubiera empezado a formar parte antes si hubiera tenido oportunidad, pero no fue posible al no conocer a otros *fans* hasta que Internet me abrió las puertas y me mostró gran parte de lo que voy a exponer a lo largo de las páginas que siguen.

Empecé a plantearme realizar una tesis doctoral más o menos al mismo tiempo, tal vez un poco después, pero nunca se me hubiera ocurrido realizarla acerca del *fandom*, porque como la gran mayoría de los miembros lo ocultaba más allá del propio *fandom* y me hubiera sentido expuesta y juzgada y más en un ámbito tan formal como el académico.

No recuerdo, porque ha pasado mucho tiempo, cómo el libro *Piratas de Textos: Fans, cultura participativa y televisión* de Henry Jenkins llegó a mi poder, pero la sinceridad del autor y el término con el que él mismo se autodefinió, aca/fan, me dio una nueva perspectiva que me acompaña desde entonces.

Aunque a lo largo de todos estos años, en los que esta tesis se ha ido gestando, tanto sobre el papel como en mi mente el universo de los fans ha evolucionado y se ha transformado dándose a conocer poco a poco al mundo real, considero que sigue siendo un ámbito muy estereotipado y desconocido y que este trabajo ayudará a dar a conocer un mundo al que pertenezco y al que quiero, que me ha ayudado en momentos complicados de mi vida y que no deja de ser un *hobby*.

El *fandom*, o mejor dicho cada uno de los *fandoms*, como toda comunidad humana tiene múltiples caras de distinto signo, tiene sus costumbres, normas, actividades, historia, una terminología propia y arrastra la personalidad de aquellos que lo forman. Aquí quiero dar a conocer esta pequeña parcela del ocio y destacar los múltiples aspectos positivos que se pueden desarrollar en el *fandom* si se le da la oportunidad, sin obviar los negativos si están relacionados, y sobre todo, destacar la idea de que formar parte de un *fandom* puede aportar al fan el deseo de adquirir capacidades y competencias nuevas y útiles que podrá disfrutar en el *fandom*, pero también desde un punto de vista personal y laboral.

Este trabajo de investigación consta de seis capítulos:

1. Diseño de la investigación.
2. Marco teórico.
3. Preguntando a los fans acerca de los fans. Un cuestionario de autoconocimiento.
4. Trece fan artistas hablan sobre el *fandom*.
5. Glosario. Un pequeño diccionario para el *fandom*.
6. Conclusiones finales.

En los dos primeros capítulos se desarrollará la parte más teórica de la investigación, empezando por el objeto y los objetivos del estudio y la metodología utilizada para alcanzarlos, pasando por un reconocimiento más teórico, analítico y académico posible sobre el *fandom*, para que se pueda reconocer o entender.

En el capítulo tres y cuatro se le da voz al *fandom*. Para conocer y hablar sobre este fenómeno resulta imprescindible dar la palabra a aquellos que lo viven a diario. A través de un amplio cuestionario y de entrevistas en profundidad, nos hemos acercado a este tipo de comunidades obteniendo datos de primera mano de lo que son y aportan a sus miembros.

Los dos últimos capítulos se van a centrar en las aportaciones y conclusiones de esta investigación.

En el capítulo cinco se presenta un práctico glosario o diccionario de términos especializados donde se aclaran términos que pueden ser de difícil comprensión para un no fan, como parte del aprendizaje que nos ha otorgado este trabajo. Servirá también para facilitar la tarea de lectura y de comprensión de esta tesis y del *fandom* en general. Para acotar semánticamente las palabras de comprensión dudosa o para tener la certeza de que se pueden consultar en este glosario, la mayoría de los términos que forman parte de él se encuentran en cursiva a lo largo de todo esta investigación.

El capítulo final de esta tesis, está dedicado a las conclusiones finales de la investigación. Se concluye con las referencias, bibliografía y los anexos.

PRIMERA PARTE

1. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

1.1. ANTECEDENTES DE LA CUESTIÓN Y PUNTO DE PARTIDA

El fenómeno fan ha sido ampliamente investigado a lo largo de la historia, en sus diferentes variantes y desde su nacimiento. El *fandom* en relación con los fans de los medios de comunicación¹ (*media fandom*), con todos los productos que lo rodean y las actividades que realizan los propios fans, no tanto aunque es un campo que ya acumula más de 30 años de estudios académicos y que lleva ya tiempo cobrando una gran relevancia en el panorama académico anglosajón, lo que ha hecho que el número de investigaciones se multiplique en poco tiempo.

Uno de los primeros investigadores que se adentró en el tema, tanto desde el punto de vista de los fans, como desde el punto de vista académico es Henry Jenkins, profesor en la Annenberg School for Communication & Journalism (University of Southern California), entre 1993 y 2009 dirigió el programa Comparative Media Studies en el Massachusetts Institute of Technology (MIT, Boston) y publicó su primer libro sobre el tema que aquí nos ocupa, *Piratas de Textos: Fans, cultura participativa y televisión* en 1992, sentando las bases para los futuros estudios acerca de la cultura fan, dignificando en cierta medida la temática ante el mundo académico. Este libro y este autor se han convertido en verdaderos referentes de los *fans studies* o *fandom studies* en referencia a los medios de comunicación. Sus investigaciones y teorías acerca del tema se han ido desarrollando y han ido evolucionando en diversas publicaciones entre las que destacan *Convergence culture* y *Fans, blogueros y videojuegos. La cultura de la colaboración*.

Sin embargo, no solo Jenkins ha tratado este tema a lo largo de los últimos años, cabe destacar la importancia de otros títulos y autores en el ámbito anglosajón sobre los *fan*

¹Este grupo abarca no sólo un único texto o un único género, sino numerosos textos, series dramáticas estadounidenses y británicas, películas de Hollywood, cómics, películas y series de animación japonesas, literatura popular (en especial ciencia ficción, fantasía y misterio) – y, al mismo tiempo, establece los límites, que por lo general excluyen otros tipos de textos (en especial, las telenovelas y, en general, la novela romántica comercial). (Jenkins, 2010: 11)

Hemos utilizado esta convención de llamar a los fans de este tipo de *fandoms*, fans de los medios de comunicación, porque es la definición más generalizada, comprendida y aceptada, sin embargo, consideramos que en la actualidad excluir por ejemplo a las telenovelas, o a algunas series debido a su procedencia es improcedente. El *fandom* de los medios de comunicación (*media fandom*) reproduce fielmente todas sus actividades en productos de este tipo, pero de cualquier procedencia.

studies como: *Fan cultures* (Hills, 2002), *Fan fiction and fan communities in the age of the internet: New essays* (Hellekson y Busse, 2006) y *Fandom: Identities and communities in a mediated world* (Gray, Sandvoss y Harrington, 2007) o la aparición de revistas especializadas como *Participations: International Journal of Audience Research*, *Journal of Transformative Works and Cultures* y *The Journal of Fandom Studies*, o la Fan Studies Network Conference, donde se desarrollan conferencias centradas exclusivamente en el fenómeno fan.

Pero sin lugar a dudas, el mayor número de trabajos académicos y de otro tipo acerca de la cultura de los fans se ha dado en la última década de la mano de los llamados estudios de narrativa transmedia, término que el propio Jenkins ayudó a definir y que como ya se ha expuesto ha dado lugar a numerosos trabajos en los últimos años.

La narrativa transmedia o transmediática se define como «un proceso en el que los elementos integrales de una obra de ficción se esparcen sistemáticamente a través de muchos canales de distribución con el propósito de crear una experiencia de entretenimiento unificada y coordinada» (Jenkins, 2013), por lo tanto el *fandom* es una parte importante de la narrativa transmedia, pero en todo caso no la más estudiada. La mayor parte de los trabajos realizados están más centrados en la propia industria o en el arte de vender un producto a través de esta narrativa transmedia a los fans, que en estudiar realmente la imagen del fan, su cultura, su trabajo y los beneficios o perjuicios que esta puede ocasionar en él.

A este respecto y en el mundo hispanohablante cabe destacar los estudios de Carlos Scolari al hablar de la narrativa transmedia (no alejado de la perspectiva fan), por ejemplo en su libro *Narrativas transmedia. Cuando todos los medios cuentan*.

Si nos referimos a los estudios que se han realizado en castellano sobre las diferentes visiones del fenómeno, el número disminuye notablemente, y más si nos centramos en los propios fans hispanohablantes, aunque el número haya aumentado significativamente desde que esta tesis se puso en marcha, sobre todo entre investigadores noveles que centraron en este mundo sus tesis o trabajos de grado, como es el caso, y que luego han seguido desarrollando su interés por esta tématica.

En primer lugar y por afinidad con nuestro tema de estudio hay que mencionar a María del Mar Grandío, que defendió su tesis sobre la serie televisiva *Friends* en el 2007.

Centrandose en los fans como audiencia, es autora del libro *Audiencia, fenómeno fan y ficción televisiva* (2009) y más recientemente de *Adictos a las series: 50 años de lecciones de los fans* (2016), entre otros trabajos menos relacionados.

Por otro lado, Cristina Martínez defendió su tesis doctoral en el 2014 hablando de la cultura «friki» en España, donde hacía una clara radiografía de los fans/frikis españoles, ampliando su trabajo más tarde con el libro publicado en 2017: *Dentro del laberinto friki: una mirada sociológica a la cultura friki en España*.

En este recorrido, hay que mencionar también a María del Mar Guerrero, quien en su tesis desarrolló la temática del *fanfiction* y la narrativa transmedia, centrando casi toda su producción académica en la narrativa transmedia en relación con el *fandom*. De hecho, la propia Mar Guerrero fue una de las artífices del primer monográfico iberoamericano centrado exclusivamente en el fenómeno fan, publicado en el año 2017 en la revista científica de comunicación *Palabra Clave* de la Universidad de La Sabana, donde tanto profesores, como estudiantes de grado y postgrado abordan la temática del *fandom* en los medios de comunicación.

La colección de diez artículos inéditos en cuatro idiomas (español, portugués, inglés e italiano) y la reseña del libro *Adictos a las series: 50 años de lecciones de los fans*, de María del Mar Grandío (2016), que aquí presentamos, cubren una extensa gama de aproximaciones teóricas y prácticas, con las que no solo se repasan conceptos básicos para comprender la idiosincrasia del *media fandom*, sino que se ahonda en algunos de los temas y las problemáticas que copan la agenda de los estudiosos del área en estos momentos. (...) Los estudios y las reflexiones que componen este monográfico giran en torno a la reconceptualización de la cultura fan y las comunidades de fans, el *fandom* transnacional, la educación mediática y el *fandom*, la representación de la discapacidad en los fanworks, las intersecciones entre *fandom* e industria, los mundos transmedia y el espacio de los fans en estos, el *fandom* desde la

perspectiva de género y el *fandom* tóxico o la historia del media *fandom*.
(Guerrero-Pico, M., Establés, M., & Masanet, M., 2017).

Si hablamos de las actividades realizadas dentro del *fandom*, el mundo del *fanfiction* ha sido el más estudiado y seguramente el más conocido por sus implicaciones con la literatura y por su supuesta utilidad para el fomento tanto de la lectura, como de la escritura o del pensamiento crítico. Tanto es así, que los expertos que más han escrito sobre el tema están, sobre todo, relacionados con el mundo de la literatura. Realmente innovadores en su momento fueron los trabajos de Carmen Morán, *Li(nk)teratura de kiosko cibernético: Fanfictions en la red* y Eloy Martos Núñez, «Tunear» los libros: series, fanfiction, blogs y otras prácticas emergentes de lectura. En todo caso, también se pueden encontrar trabajos específicos sobre otras actividades dentro del *fandom*, sobre todo del *fansub*, ya que este mundo está claramente relacionado con el ámbito profesional de traductores y subtituladores y el *fanfilm*.

Aunque el número de investigaciones que relacionan al *fandom* y al *fan* es cada vez mayor y hemos encontrado trabajos donde se trata parte de nuestro objeto de estudio, por ahora no hemos encontrado estudios completos donde se defina el fenómeno *fandom* en su globalidad, en la cultura hispanohablante y en su interrelación con el aprendizaje de diferentes disciplinas de una manera informal y comunitaria, que es lo que nos llevó a comenzar este trabajo.

1.2 OBJETO Y OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.2.1. OBJETO DE ESTUDIO

El objeto de estudio de esta tesis es el *fandom* hispanohablante; o mejor dicho, lo que tienen en común los diferentes *fandoms* hispanohablantes con respecto a los medios de comunicación (series, películas, libros, cómics y videojuegos).

Las comunidades de fans han existido desde hace muchos años, pero en las últimas décadas, gracias a la facilidad que Internet proporciona a los fans para interrelacionarse, una actividad o *hobby* como esta, que era muy minoritaria, ha crecido y se ha

visibilizado ante el público en general, pero pese a eso sigue siendo desconocido y vilipendiado.

Conocer lo que es el *fandom* realmente y lo que puede aportar a los fans como personas individuales o como colectivo, puede ayudar a su normalización como otra afición más, que además puede aportar habilidades necesarias tanto en la vida diaria como laboral.

¿Por qué el *fandom* hispanohablante? La respuesta a esta cuestión hay que buscarla en una sociedad cada vez más globalizada donde el inglés se utiliza para prácticamente todo, aun así el castellano o español, gracias a todos sus hablantes tiene una importancia más que relevante en algunos *fandoms* extranjeros.

1.2.2. OBJETIVO GENERAL

El objetivo que persigue esta tesis es realizar una aproximación con rigor científico al *fandom* hispanohablante y desvelar las aptitudes o capacidades reales que puede adquirir el fan dentro del *fandom* (o comunidad fan) como parte de una formación no reglada, que se basa en el aprendizaje autónomo de ciertas habilidades para poder crear actividades creativas que se realizan dentro de la propia comunidad, con el apoyo de la misma y si estas se pueden considerar útiles para su vida diaria o laboral.

1.2.3. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- I. Proponer una definición oportuna, realista y lo más completa posible de lo que es y se considera el *fandom* con respecto a los fans de los medios de comunicación.
- II. Realizar un acercamiento real al *fandom* y a sus usuarios hispanohablantes en su relación con el *fandom* anglosajón, que parece claramente el dominante o por lo menos el primigenio.
- III. Conocer al fan hispanohablante, sus tipos, su naturaleza, sus intereses, sus motivaciones, sus características. Conocer a las personas que están detrás de las comunidades de fans y que hacen que se desarrollen.
- IV. Identificar todas las actividades que un fan puede desarrollar dentro de un *fandom*. Y dar una visión clara de lo que son y lo que suponen las más realizadas o disfrutadas entre los fans, sobre todo las más creativas, sus causas, motivaciones e implicaciones.

- V. Conocer las actividades que más realizan los fans hispanohablantes y el porqué de su realización, sus lugares de encuentro y si estas le aportan un valor añadido, formativo o motivacional, al propio fan. Se anticipa que el *fandom* no solo es un ámbito que no solo se vincula con el ocio, sino también con la creación y el autoaprendizaje, en donde se diluyen las fronteras entre ambos.
- VI. Entender el *fandom* como una comunidad, en la actualidad como una gran comunidad virtual gracias a Internet dentro de la cual se puede socializar, aprender y enseñar, consiguiendo una gran masa crítica ante la comunidad y ante el producto que la ha creado a su alrededor.
- VII. Elaborar un glosario de definiciones que permitan identificar con precisión las características y actividades propias del *fandom*.
- VIII. Anticipar cuál puede ser el futuro del *fandom*, hacer una proyección hacia delante teniendo en cuenta su presente y su pasado.

1.3. PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

El *fandom*, o mejor dicho los *fandoms*, son comunidades de personas, en la actualidad comunidades virtuales prioritariamente, y como tal tienen unas normas y unas costumbres que es necesario conocer para poder formar parte de la propia comunidad. Pero cabe preguntarse ¿qué es el *fandom* realmente? ¿Se trata de un término grandilocuente para hablar «solo» de personas fans? ¿Hay muchas diferencias entre *fandoms*? ¿Que aporta un idioma u otro a la comunidad? ¿Quiénes son los miembros del *fandom*? ¿Por qué son miembros? ¿Qué les gusta hacer dentro del *fandom*? Y más importante ¿cumple este *fandom* una función formativa desde un punto de vista del aprendizaje no formal y motivacional, con respecto a ciertos campos útiles para la vida y el desarrollo personal y profesional?

Se anticipa que las actividades realizadas dentro del *fandom* sí que suponen un aprendizaje no formal respecto a determinadas tareas como la edición de imágenes, tanto fijas como en movimiento o de sonido, con innumerables fines desde la creación de un simple icono al desarrollo de un *podcast* o un canal de YouTube, también nos encontramos con la creación de subtítulos, la creación de webs, blogs, microblogging... tareas o actividades que tal vez no son necesarias en el día a día, aunque sí pueden serlo laboralmente, pero sí son comunes en el *fandom*. Estas tareas hacen al fan adquirir competencias y destrezas, a veces de modo no intencional, que resultan de utilidad para

la actual naturaleza de la vida. En la actualidad, las personas vengan del ámbito que vengan, necesitan cada vez más desarrollar unas competencias digitales no superficiales, sentirse cómodos delante de una pantalla de ordenador, tableta, teléfono inteligente... y buscar soluciones en la red.

Por otro lado, el *fandom* ayuda a practicar otras habilidades imprescindibles para la vida en cualquiera de sus facetas, como por ejemplo una redacción escrita correcta, no solo para el desarrollo de ciertas actividades específicas, sino simplemente para comunicarse sin crear conflicto. Y justamente hablando de esta necesidad de comunicarse, también nos encontramos con la necesidad casi constante dentro del *fandom* y para muchas personas en su vida diaria, de comunicarse en otros idiomas, principalmente el inglés.

Los propios fans con los que hemos hablado, han declarado que el *fandom* les ha ayudado en estos aprendizajes y en algunos otros, como se mostrará más adelante.

1.4. METODOLOGÍA

La metodología utilizada en este trabajo es mixta, tanto cualitativa, como cuantitativa, intentando encontrar un procedimiento adecuado mediante la triangulación en la recolección de datos y las técnicas más oportunas para alcanzar, de una forma lo más precisa posible, una definición completa y veraz del poco conocido fenómeno a investigar, el fan hispanohablante.

Este trabajo se basa en la recolección de datos de distintas fuentes, tanto primarias como secundarias. Los datos secundarios proceden de una revisión documental de la producción escrita sobre el *fandom*, y los primarios, obtenidos *ex profeso* para esta investigación, de cuestionarios realizados a fans y entrevistas personales a creadores de contenidos de distintos *fandoms*.

En primer lugar, se ha realizado una revisión bibliográfica en profundidad que ha permitido identificar y revisar las investigaciones y trabajos publicados con relación al *fandom*, a fin de elaborar el estado de la cuestión respecto a un tema no muy estudiado en nuestro país. Dicha revisión ha servido para elaborar el contexto histórico y social, identificar sus características y perfilar los rasgos de su evolución.

En segundo lugar, se ha realizado una aproximación cuantitativa al objeto de estudio, mediante un cuestionario de elaboración propia compuesto por 35² preguntas, dirigido a fans de ambos sexos con acceso a Internet, ya que el cuestionario fue difundido y cumplimentado *online*. Consideramos este el mejor contexto posible para su realización porque es el espacio donde se encuentran y reúnen los fans en la actualidad y sobre todo el lugar donde se pueden encontrar sus trabajos que, en última instancia, es uno de los objetos de estudio más relevantes en esta investigación. Consideramos que las respuestas de los fans a este repertorio amplio de preguntas son muy importantes para esta investigación a fin de poder cuantificar, en alguna medida, su experiencia, siendo más difícil dejarse llevar simplemente por los sentimientos de afinidad. Se obtuvieron 2406 cuestionarios válidos.

En tercer lugar, desde una aproximación más cercana a la etnografía virtual, se han realizado entrevistas personales a 13 fans hispanohablantes creadores de contenidos de diferentes *fandoms*, especialidades, nacionalidades, género y edad. Se han tomado las tres nacionalidades más representativas del *fandom* hispanohablante: España, México y Argentina. Las personas entrevistadas son escritoras y escritores de *fanfic*, *betas*, creadores de *fanart*, vídeos, subtítulos... cuyas edades están comprendidas entre los nacidos en el año 1970 y el año 1998. Como se verá más adelante han sido elegidos atendiendo a dos criterios: 1) notoriedad; y 2) posibilidad de acceso.

Nos centramos básicamente en la observación de las prácticas culturales e interrelación de este grupo o comunidad social, tan heterogénea, compuesto por fans y en la participación total o parcial de sus actividades para poderlas comprender en todas sus modalidades, sacando un provecho añadido a mi propia condición de aca/fan³. Así los propios fans han podido exponer y analizar sus hábitos y los cambios que estos han vivido a lo largo de los años. Los fans tienen fama de ser los críticos más duros hacia

² En el Anexo se puede encontrar la encuesta integra, donde hay 37 preguntas, dos de ellas en relación con los *fansub* que al final no se analizaron. El *fansub* es una actividad de primer nivel en el *fandom* y su desarrollo es muy interesante, pero aunque forman parte importante de esta investigación es una actividad más divulgativa y se alejaba un poco de la temática de las actividades creativas, que eran la prioridad de este trabajo.

³ Una identidad híbrida a caballo entre dos formas diferentes de relación con las culturas mediáticas. Es un académico que al mismo tiempo es fan, siendo una figura muy controvertida desde su nacimiento. En mi caso conozco el mundo del *fandom* en Internet y en castellano desde prácticamente sus albores a finales de los años 90, lo que me da un claro conocimiento de lo que es y de su evolución en las últimas dos décadas y por ese mismo motivo me permite plantear preguntas más allá de la superficie y que me suscitan un gran interés tanto personal, como académico.

aquello que admiran, de esta manera se podrá comprobar si este pensamiento crítico es cierto y si lo es también hacia su propia comunidad.

A partir de estas dos fuentes, se han obtenido datos cuantitativos y cualitativos que han permitido conocer en profundidad a los fans: quiénes y cómo son los fans, qué hacen en el *fandom*, cuál es su trayectoria en el *fandom*, qué motivaciones les mueven, etc., dándoles la palabra a fin de conocer sus experiencias personales, creativas, sociales, comunicativas y formativas y poder comprender mejor el fenómeno desde dentro.

2. MARCO TEÓRICO

2.1. EL *FANDOM*

2.2.1. *EL FANDOM*, UNA DEFINICIÓN IMPRECISA

Para aquellas personas que en la actualidad se consideran parte del *fandom*, la palabra define todo aquello que gira alrededor de su afición, de aquello de lo que son fans. El término recoge infinitas posibilidades, ideas, actividades... y, seguramente y ante todo, una forma revisada de ver el ocio.

El término *fandom* no está recogido por la *Real Academia de la Lengua Española*, no deja de ser un anglicismo, aunque cada vez con más frecuencia va siendo aceptado en los círculos académicos tanto anglosajones, como hispanohablantes. Cada vez es una costumbre más extendida y por lo tanto el término por el que se le conoce también es más conocido, pero la traducción al castellano podría ser «comunidad de fans» en el amplio sentido de las dos palabras.

Según el *Oxford English Dictionary*, el término *fandom* es originario de los EE. UU. y proviene de la unión del sustantivo *fan* (admirador o seguidor de alguien. Entusiasta de algo) y del sufijo – *dom* (que al formar nuevos términos da la idea de dominio, agrupación etc. como se puede ver en los términos *kingdom*, *earldom* o *dukedom*; reino, condado y ducado respectivamente).

A continuación, algunas de las definiciones encontradas en su lengua original:

Fa*ndom. orig. U.S.

[f. *FAN sb.2 + -dom]

The world of enthusiasts for some amusement or for some artist; also in extended use.⁴

Oxford English Dictionary.

⁴ Traducción propia: **Fa*ndom.** Originaria de los EE. UU. [Formado por el sustantivo *fan* y el sufijo – *dom*] El mundo de los aficionados a alguna actividad de ocio o por algún artista; en un contexto amplio.

Fan*dom (fán'dəm) n. all the fans of a sport, and activity, or a famous person.⁵

The American Heritage. Dictionary of the English Language.

Fandom

fan·dom [fándəm]

noun.

Definition: large group of fans: fans collectively, especially of a public entertainer such as a movie or TV star.⁶

Encarta World English Dictionary.

fandom noun

fan·dom | \ 'fan-dəm \

Definition of fandom

1: all the fans (as of a sport)⁷

2: the state or attitude of being a fan⁸

Merriam-Webster Dictionary.

⁵ Traducción propia. **Fan*dom** (fán'dəm) Sustantivo. Todos los fans de un deporte, actividad o de una persona famosa.

⁶ Traducción propia. Gran grupo de fans: colectivos de fans, especialmente de actividades de entretenimiento tales como películas o estrellas de TV.

⁷ Traducción propia. Todos los fans o aficionados (como de un deporte).

⁸ Traducción propia. El estado o la actitud de ser fan.

En el contexto anglosajón y académico se han desarrollado un buen número de nuevas definiciones del término en los últimos años, pero nos interesa especialmente la que citamos a continuación de Henry Jenkins. En primer lugar, porque este autor es nuestro referente principal a lo largo de esta investigación y por otro lado, porque remarca la diferencia entre fan y miembro del *fandom*, la cual es una idea que desarrollaremos a lo largo de esta investigación.

In everyday speech, the word fans has a broad meaning, used loosely to describe anyone who forms an intense affective bond with a particular property, whether or not they share those feelings with anyone else. Sometimes, being a fan means nothing more than pressing a 'like' button on some Facebook page. Fandom, on the other hand, refers to those who claim a common identity and a shared culture with other fans. (...) a fandom is better understood as a more expansive subculture, whose members engage with a broad array of different media objects but who share traditions and practices built up over many years. (Jenkins, 2018:16)⁹

Es obvio, por todo lo dicho anteriormente, que una persona puede ser fan de cualquier cosa y que por lo tanto, puede haber *fandoms* de prácticamente cualquier cosa, pero en este trabajo queremos tratar un tipo de *fandoms* muy específicos. Así que para acotar más el término y para explicar lo que vamos a entender como *fandom*, a lo largo de toda esta investigación, vamos a citar de nuevo a Henry Jenkins y uno de sus primeros textos, el ya nombrado *Piratas de Textos*, donde exponía que sus trabajos alrededor del *fandom*, lo eran alrededor de los «fans de los medios de comunicación».

⁹ Traducción propia: Coloquialmente hablando, la palabra fan tiene un significado amplio, que se usa libremente para describir a cualquiera que tenga un fuerte vínculo afectivo con un producto en particular, comparta o no esos sentimientos con otras personas. A veces, ser fan no significa nada más que presionar un botón de 'me gusta' en alguna página de Facebook. *Fandom*, por otro lado, se refiere a aquellas personas que reclaman una identidad común y una cultura compartida con otros fans. (...) Un *fandom* se entiende mejor como una subcultura expansiva, cuyos miembros interactúan con una amplia gama de diferentes medios de comunicación, pero comparten tradiciones y prácticas construidas durante muchos años.

Aquí me centraré únicamente en una de estas culturas de fans, un grupo amorfo, pero aun así identificable, de entusiastas del cine y de la televisión que se autodenominan «fans de los medios de comunicación». Este grupo abarca no sólo un único texto o un único género, sino numerosos textos, series dramáticas estadounidenses y británicas, películas de Hollywood, cómics, películas y series de animación japonesas, literatura popular (en especial ciencia ficción, fantasía y misterio) – y, al mismo tiempo, establece los límites, que por lo general excluyen otros tipos de textos (en especial, las telenovelas y, en general, la novela romántica comercial). (Jenkins, 2010: 11)

Como ya hemos dicho anteriormente, tomamos esta terminología y esta definición como correcta, pero deseamos hacer unas pequeñas acotaciones o actualizaciones importantes, ya que vamos a hablar en última instancia del fan y del *fandom* hispanohablante.

En nuestro caso, aunque los productos estadounidenses y británicos sigan siendo los predilectos de los fans hispanohablantes, como podremos comprobar más adelante, su hegemonía no es absoluta y cada vez menos. Al igual que todos los productos de la cultura japonesa, series españolas como por ejemplo, pero no únicamente, *Águila Roja* (2009 - 2016) o *El Ministerio del Tiempo* (2015 - 2020) han recibido mucha atención por parte de los fans, trasladando todas las costumbres adquiridas en el *fandom* a estos nuevos productos grabados en español. Realmente inesperado y sorprendente fue el caso de la serie *El Ministerio del Tiempo*, que con solo 8 capítulos emitidos, vivió una de las campañas más potentes en las redes sociales en español para su renovación e inundó la red en dos meses de *fanart* y *fanfiction*, consiguiendo no sin mucha dificultad llegar hasta su cuarta temporada y convertirse en una serie de culto.

Anteriormente la telenovela española *Amar en tiempos revueltos*, ahora *Amar es para siempre*, o la colombiana *Pasión de gavilanes* disfrutó de un gran número de fans muy activos que crearon comunidades en red para comentarlas. Para hacerse una idea del

potencial fan de estas telenovelas, al poner en el buscador de Wattpad¹⁰ *Luimelia*, el nombre de uno de los *ships* más seguidos de *Amar es para siempre*, el resultado que devuelve la página es de que hay 31400 *fanfic* sobre esa pareja, no sé puede asegurar que todos sean de dicha pareja, pero por lo que parece, por lo menos lo son la gran mayoría. Por lo tanto discriminar este tipo de productos en un contexto hispanohablante está completamente injustificado. La globalidad manda y más en Internet, nuevos productos entran en la mira del espectador dispuesto a replicar sus costumbres de fan con el producto que más le apetezca, sin tener en cuenta su origen o género.

Siguiendo en el contexto hispanohablante, hay varios autores que se han acercado al término *fandom* y lo han utilizado en sus diferentes estudios. Quim Puig por ejemplo en su artículo *El fandom como estilo de vida: fanzines españoles (1976-2000)*, hablaba del *fandom* en los siguientes términos; «Se trata de la existencia dentro del consumo y del seguimiento de los productos culturales específicamente juveniles de un determinado ámbito de actividad que permite que una persona se declare ante sí mismo y ante los demás como fan» (Puig, 2002: 99). Sin embargo, el propio Puig comenta un poco más adelante en su artículo que el *fandom* no es algo que se desarrolle únicamente entre los más jóvenes, tema que se verá más que confirmado a lo largo de este trabajo, aunque es cierto que esta modalidad de ocio tiene un gran número de adeptos dentro de la cultura juvenil.

Eloy Martos Núñez relaciona en su artículo *Tunear los libros: series, fanfiction, blogs y otras prácticas emergentes de lectura al fandom* con, principalmente, los seguidores y fans de las series y sagas literarias fantásticas y al lector activo

... que además no tiene una visión compartimentada de las artes, sino que puede pasar de la lectura de un libro al visionado de una película o a jugar en una consola algún juego estratégico, y en todos ellos, de algún modo, puede haber muestras de la serie preferida, como está ocurriendo con El Señor de los Anillos y tantos otros. Al personalizar sus gustos llega a ámbitos como los ya comentados del «fan fiction» y el «fandom», un mundo de mitomaníacos, que se

¹⁰ Comunidad *online* de escritores donde en la actualidad, 2020, se encuentran los escritores más jóvenes de fanfiction.

identifican de forma especial con determinadas producciones y que «pueblan» este mundo de ficción casi con la misma intensidad que Alonso Quijano «habitaba» las novelas de caballerías, convirtiéndose en fans de los libros, películas, vestuarios, objetos de todo tipo («*merchandising*»), reescribiendo textos, etc. (Martos Núñez, 2006: 70)

Carmen Morán, por otro lado, considera el término *fandom* como una abreviatura de los términos *fan domain*, separándose un poco del origen que le otorga el *Oxford English Dictionary*, definiéndolo o denominándolo como «ficciones madre» cambiando un poco el significado que aquí le otorgaremos.

Las ficciones que cumplen el papel de madre – es decir, esas ficciones preexistentes y conocidas de antemano por autores y lectores – pueden ser literarias, cinematográficas o pertenecer al campo del cómic y de los videojuegos. Como cabe esperar, se trata de historias o series de historias que cuentan con un gran número de adeptos: películas, series de televisión, cómic o videojuegos «de culto», con extensas y sólidas comunidades de fans. Algunos de los ejemplos más representativos serían *Lord of the Rings*, *Star Trek*, *Star Wars*, *X Files*, *X-Men*, *Spiderman*, *Final Fantasy*, etc. (Morán, 2007: 34)

En cualquier caso resulta difícil acotar un término no oficial cuyo uso más extendido, sobre todo en la actualidad, queda principalmente restringido a los propios fans. Por eso nos parece necesario también mencionar la definición de la considerada enciclopedia libre en la red, la Wikipedia (en su versión española), porque evidentemente es seguramente la que más se acerca a la que entienden los propios fans.

Fandom (formado por la voz fan y el sufijo *-dom*) es un término de origen anglófono procedente de la contracción de la expresión inglesa «Fan Kingdom» (Reino Fan) que se refiere al conjunto de aficionados a algún pasatiempo,

persona o fenómeno en particular. Un término equivalente en español es fanaticada o afición. (Fandom, s.f).

2.1.2. ANTECEDENTES, EL *FANDOM* ANTES DE SERLO

No hay *fandom* si no hay fans. El ser humano, desde siempre, ha necesitado alguien a quien admirar e idolatrar. La persona como ente independiente y grupal siempre ha tenido la necesidad de vivir con un mito a sus espaldas y una vez muerto el mito, era «inevitable» que naciera el fan y así lo explica Juan Sardá en su escrito *Una historia diferente del fenómeno de los admiradores*:

En plan rápido: primero fueron los héroes griegos; después, los romanos. Acto seguido llegó Jesucristo y terminó por divinizar la condición de ídolo. Durante siglos de dominio, sólo pudo competir con valientes y sangrientos militares. En el XVI y XVII, se imponen los artistas... (Sardá, 2007: 97)

Y es con uno de esos artistas del siglo XVII con quién vamos a empezar.

Según Claudia L. Johnson, profesora de Literatura de la Universidad de Princeton, especialista en la figura de Jane Austen y autora del libro *Jane Austen's Cults and Cultures*, los comienzos de esta subcultura fan que denominamos como *fandom* en la actualidad y cuya época moderna comenzó gracias al fenómeno que rodeó a la serie televisiva *Star Trek*, de la cual ya hablaremos más adelante, pudo tener su simiente en la figura de los *Janeites* y en el movimiento *Janeitism*.

Cabe preguntarse ¿quiénes eran y son los *Janeites*? Eran y son los fans y admiradores entusiastas por la obra y la figura de la escritora Jane Austen y por cada pequeño detalle relacionado con ella.

Uno de los aspectos interesantes de este fenómeno, aparte de la época, es que se produjo tras la muerte de la escritora, quien en vida no alcanzó excesiva popularidad. Los *Janeites* y su fenómeno no comenzaron hasta después de la publicación de la obra *Recuerdos de Jane Austen (Memoir of Jane Austen)* una biografía escrita por su sobrino James Edward Austen Leigh en 1869. Tras esta publicación, la élite literaria de la época se quiso desmarcar y poner su admiración por la escritora por encima de la del público

en general y en 1894 el erudito George Saintsbury introdujo el término *Janeites* en una nueva edición de la novela *Orgullo y prejuicio*.

A principios del siglo XX, los *Janeites* eran editores, profesores y escritores, casi todos hombres, admiradores de la obra de Jane Austen. Tanto es así que el escritor Rudyard Kipling publicó en 1924 una historia corta llamada así, *The Janeites*, en la que contaba la historia de un grupo de soldados, en la primera Guerra Mundial, que eran secretamente fans de las novelas de Austen.

A partir de los años 30 y 40 el término *Janeites* empezó a cambiar de significado, y se dejó de entender como admiración erudita, alejándose de aquellos que le pusieron el nombre (y que justamente se nombraron así para alejarse de los admiradores «comunes»). Las élites académicas se alejaron del término y el público en general lo admitió para denominar esta subcultura fan, que ya desde el principio parecía arrastrar connotaciones peyorativas. A día de hoy el término *Janeites* sigue siendo utilizado y sus miembros se pueden considerar miembros por derecho del *fandom* de Jane Austen, de hecho tienen nombre e historia. Sus actividades pasan por los clubes de lectura más un extra, tomar el té, bailes de disfraces, representaciones dramáticas, juegos...

Diferente es la historia de dos escritores que vivieron un poco desconcertados, en su momento, el fenómeno fan hacia sus personajes e historias, Louisa May Alcott, creadora del universo Mujercitas (protagonizado por Jo March y sus hermanas) y Sir Arthur Conan Doyle, creador del universo de Sherlock Holmes. Estos autores vivieron en primera persona su propio fenómeno fan cuando no tenía nombre. Y aquellos admiradores, que escribían a sus autores favoritos como única forma posible de comunicarse con ellos, son los precursores de los actuales miembros de sus diferentes *fandoms*, que siguen estando de plena actualidad.

Louisa May Alcott, como ya hemos comentado, fue la escritora de la conocida novela *Mujercitas*, publicada en 1868 y del resto de las novelas en las que Jo March era protagonista. Y seguramente es la autora del primer *ship* frustrado de la historia.

Tras el enorme éxito del libro, Louisa se vio obligada a pensar en una segunda parte, con lo que la obra acabaría convirtiéndose en una saga. Sus lectores le exigían continuar la historia, inundando la editorial de cartas plagadas de

sugerencias y consejos para la segunda parte del libro. Le pedían a Louisa que hiciese desaparecer el personaje del profesor Baher, que al final de la novela se había casado con Jo, y casase a ésta con Laurie, pese a que éste ya se había casado con la tercera hermana, Amy. (Feito, 2005: 153)

Louisa May Alcott, mujer rebelde por naturaleza y más para su época, no hizo caso a las súplicas de sus fans, pero sí que se puede considerar que para bien o para mal se vio influenciada por su público. Al igual que las lectoras de la novela se tomaron la vida de las hermanas March como algo un tanto personal, lo que requería parte de su tiempo, más allá de la simple lectura de los libros.

Otro caso más reciente, pero muy significativo es el del ya nombrado Sir Arthur Conan Doyle, quien vivió entre el siglo XVIII y XIX, y quien creó a uno de los detectives más famosos de todos los tiempos, el famoso Sherlock Holmes.

Las historias de Sir Arthur Conan Doyle fueron otras de las que acumularon fans, que se agruparon en sociedades con base en ciudades como Londres o Nueva York. Los seguidores de los originales formaron grupos de debate, crearon un periódico y un club de escritura de versiones de las aventuras de Sherlock Holmes. (García, 2015)

De hecho, es conocido que Conan Doyle no apreciaba en exceso a la criatura que le hizo famoso y varias veces dejó entrever las ganas que tenía de matar al personaje, cosa que finalmente hizo en la historia titulada *El problema final*. El público británico se tomó muy mal la muerte del detective, tanto que inundó a Doyle con cartas que iban de las súplicas, a las amenazas, pasando por los insultos y en las que se pedía que resucitara a Holmes. Tras diez años de resistirse, Doyle cedió y en la historia titulada *La casa vacía* hizo «revivir» a Holmes. Este caso es excepcionalmente curioso, porque es un claro antecedente de lo que muchos años después ocurriría con la serie televisiva *Star Trek*, la cual se considera referente de todos los movimientos fans y comunidades fans posteriores en referencia a los *mass media*.

Como hemos podido comprobar, el fenómeno o la idea de *fandom* goza de una larga historia repleta de anécdotas, pero no es hasta principios del siglo XX cuando se empieza a utilizar el término y no para definir exactamente aquello a lo que nos estamos refiriendo, aunque sí de una manera muy cercana. Según el *Oxford English Dictionary* la primera referencia al término se produjo en enero de 1903 en el *Cincinnati Enquirer* donde uno de los titulares rezaba: «*Fandom* puzzled over Johnsonian statements».

Por otro lado y según el mismo diccionario, en 1928 el término se reconoció más encadenado al mundo del deporte. El 30 de junio de ese año el *Publishers Weekly* dejaba plasmada la palabra en uno de sus artículos: «Ty Cobb, the idol of baseball *fandom*». Y es que aunque el término *fandom* en la actualidad no se suele encontrar referido al deporte, es en el deporte donde la expresión fan llega a su máxima expresión.

De todos modos el término *fandom*, recordemos que su definición más cercana podría ser mundo o comunidad de aficionados, tiene muchos pequeños matices de pertenencia que le alejan y acercan, dependiendo de las ocasiones, de los términos aficionado, fan, fanático o del ya mencionado fenómeno fan. Pero sin lugar a dudas, si hay un espacio donde el *fandom* se encuentra cómodo y donde claramente empezó a formarse con la idea que hoy nos acompaña, es en el mundo de la ciencia ficción. Y es que si nos referimos al desarrollo y a la organización de esta subcultura que define el *fandom* tenemos que hablar ineludiblemente de la Edad de Oro de la Ciencia Ficción (Golden Age of Science Fiction).

Esta Edad de Oro se desarrolló entre los años 30 y 50 del siglo pasado, durante esta época comenzaron a proliferar las pequeñas, y no tan pequeñas agrupaciones de fans y a su alrededor empezaron a nacer *fanazines* (revistas de escasa tirada y distribución hechas con pocos medios), también llamados *pulp magazine*, realizados por los propios fans o sus agrupaciones donde se publicaban sobre todo relatos (*fanfiction*) y dibujos u otro tipo de representaciones artísticas (*fanart*) basados en la ciencia ficción.

El *fanfiction* es una práctica muy desarrollada dentro del *fandom* actual, de la que ya hablaremos más adelante en profundidad, pero comentar que en sus comienzos eran estos cuentos basados en historias de ciencia ficción o terror, escritas por fans del género, algunos de ellos tan conocidos como Julio Verne o Edgar Allan Poe y que esta fue su época de expansión y reconocimiento. Los más notables fans, o mejor dicho escritores de estas revistas basadas en la ciencia ficción como *Amazing Stories*,

Astounding Science Fiction o *Fantasy & Science Fiction* fueron en su época, los ya nombrados Julio Verne y Edgar Allan Poe, pero también H.G. Wells, Isaac Asimov, Robert A. Heinlein, Poul Anderson o Alfred Elton Van Vogt.

Por otro lado, lo que también convierte a estas asociaciones creadas alrededor de *fanzines* y del género fantástico en un claro referente para el nacimiento de los actuales *fandoms* son las actividades realizadas en grupo, la unión de sus miembros y las convenciones realizadas. «Para la mayoría de los fans, la producción de significado no es un proceso solitario y privado, sino más bien un proceso social y público» (Jenkins, 2010:96). Por lo cual, la acción de reunirse, no solo en pequeñas asociaciones si no a un nivel más grande, se hacía necesario y así es como el joven, inexperto y puntero *fandom* al que nos referimos aquí elaboró la primera convención anual mundial de la ciencia ficción (World Science Fiction Convention) en el año 1939, actividad que se lleva desarrollando desde entonces (menos durante la Segunda Guerra Mundial) junto con muchos otros acontecimientos.

El mundo de la ciencia ficción y de la fantasía sigue manteniendo en la actualidad clubs libremente organizados y miles de asociaciones a lo largo y ancho del mundo y es el más claro referente del tipo de *fandom* en el que estamos interesados. Los fans de la ciencia ficción siempre han sido muy activos, dados a crear asociaciones, convenciones, revistas etc. y mantener comunidades de fans. Aunque su fuerza comenzó a decaer a finales de los años 50 siempre han sabido mantenerse y han dado mucho que hablar en el mundo del *fandom* y en su evolución. De hecho, tanto el fenómeno *Star Trek*, como el de *Expediente X* (ambas series de televisión de ciencia ficción) que serán tratados en profundidad más adelante, son claros referentes de lo que queremos mostrar en este trabajo.

Por aquella misma época, los años 50, y con la decadencia de la ciencia ficción nació otra Edad de Oro, la de la música y el fenómeno fan juvenil alrededor de los nuevos ídolos musicales. Otra forma de ver el *fandom* había nacido, aunque en un principio ellos no admitieran el término como suyo. De todos modos es justo nombrarlo por su importancia como un fenómeno relacionado directamente con los fans y con puntos en común con lo que aquí queremos estudiar. El fenómeno fan musical, como lo entendemos hoy en día, comenzó a perfilarse, como ya hemos comentado, en los años 50 en Estados Unidos.

Probablemente, fue Elvis Presley el precursor de toda esta historia, cuando creó un nuevo sonido, el *rock and roll*. Por primera vez, la música no sólo tenía el componente artístico o de diversión que había tenido hasta la fecha sino que se identificaba con una generación en concreto y se empleaba a fondo para transmitir sus anhelos. (Sardá, 2007: 95)

En esta época, en EE. UU. se había producido un cambio sociocultural muy importante. Muchos jóvenes no tenían que trabajar hasta superados los 20 años, y si lo hacían, era de una forma mucho más relajada y no por la necesidad de mantenerse, así había nacido el tiempo libre, un tiempo libre que se podía rellenar con ocio. Con el *marketing* aún en pañales, sin *merchandising* dispuesto a ser vendido, ni campañas que lo buscaran y con el potencial musical sin desarrollar, nadie entendió por qué millones de adolescentes se volvían locas con Elvis Presley. El cambio surgió de forma caótica, como casi todos los cambios de carácter social y sin saber exactamente el motivo.

El fenómeno no tomó verdadero significado, ni entendimiento hasta que en la década de los 60 llegaron *The Beatles*. La famosa *beatlemania*, con cientos de jóvenes histéricas que perseguían entre gritos y lloros a sus nuevos ídolos popularizó de una forma desaforada el término fan, en el más amplio de los significados de la palabra.

El fenómeno fan se dibujó de una forma definitiva como lo que es hoy: una condición individual con relevancia social. Una fuerza demográfica que surge de la atomización. La masa se reúne en torno a un nuevo líder cuyo lema es, precisamente, se tú mismo. Desde entonces, en un proceso que aún no ha terminado, los ídolos pasaron de ser dioses a revolucionarios, a pura y simplemente, ser famosos. Porque la cultura de la fama es el ingrediente que faltaba para terminar de adobar la receta del fenómeno fan. (Sardá, 2007: 97)

2.1.3. STAR TREK: EL COMIENZO DE LAS COMUNIDADES DE FANS COMO LAS CONOCEMOS EN LA ACTUALIDAD

Con lo expuesto anteriormente, es claro que las bases del *fandom* estaban plenamente asentadas a mediados de los años 60 en EE. UU. y Gran Bretaña, que eran los países punteros del desarrollo del mundo en ese momento. Con la total democratización del televisor como electrodoméstico, imprescindible en millones de hogares, no era difícil adivinar cuál sería el siguiente paso para el desarrollo del *fandom*.

Cuando se desea hablar del fenómeno fan y de la fuerza del *fandom* es imprescindible mencionar la serie televisiva *Star Trek* (1966-1969), sin duda, la serie de ciencia ficción de culto por excelencia. La cual volvió a poner de «moda» la ciencia ficción y la incluyó en cualquier futuro estudio sociológico que tratara la temática fan, gracias a la persistencia de sus comunidades de fans por mantener vivo el espíritu de la serie pasara lo que pasase.

Desde un punto de vista audiovisual y comercial *Star Trek* inspiró otras muchas series y películas del género, aparte de originar toda una franquicia a su alrededor, que amplió la idea original de la serie una y otra vez hasta nuestros días, creando una tendencia comercial que se mantiene hasta hoy en muchos otros productos audiovisuales. Pero lo importante de esta serie o lo que más la caracteriza es su fenómeno fan, uno de los más fuertes y persistentes de la reciente historia social sobre el tema. Y es que su éxito y trascendencia no se basó en la audiencia, modesta en un principio, si no en la fuerza e insistencia de sus fans.

Tras dos temporadas en antena, la audiencia de *Star Trek* no era lo suficientemente alta como para mantenerse y la cadena anunció su posible cancelación, lo que conllevó una gran cantidad de cartas de fans enfurecidos a la cadena, exigiendo que la serie continuase, en la primera campaña de ese tipo para la televisión norteamericana. Esta reacción animó a los productores a arriesgarse con una tercera temporada, aunque esta no consiguió evitar la cancelación de la serie en 1969. Sin embargo en los años 70, las constantes reposiciones, reivindicadas por los fans, obtuvieron unos resultados de audiencia impresionantes: los niños que habían visto *Star Trek* en los 60 eran en esos momentos adolescentes que encontraban nuevas lecturas en la serie. A ellos se sumaba un renovado público familiar, gracias al cambio de horario de sobremesa. Cada vez más gente veía *Star Trek*, así que Paramount no desaprovechó la oportunidad, creando

nuevos productos. En 1987 se grababa una serie secuela, *Star Trek: La Nueva Generación*. La cual no fue la única, de hecho hasta 2005 se han estado emitiendo nuevos episodios de *Star Trek: Enterprise*, y en la actualidad se sigue emitiendo *Star Trek Discovery*. Por otro lado, los largometrajes sobre *Star Trek* no han dejado de grabarse desde que en 1979 se estrenará el primero, *Star Trek: La Película*, que ha contado con otras tantas secuelas. La última un *reboot*¹¹ llamado *Star Trek: más allá* que se estrenó en 2016, y en la actualidad ya se está planeando la siguiente.

Pero lo cierto es que mientras que la Paramount decidía crear nuevos productos, visto que podía ser rentable, los fans no habían dejado de hacerlo desde el comienzo. *Spockanalia* fue el primer *fanzine* de *Star Trek* y se puede considerar el primer *fanzine* moderno. Nació en el año 1967 repleto de *fanfiction*, *fanart* y de otros productos hechos por fans que empezaban a tener nombre y buscar un lugar dentro de la nueva realidad fan.

De hecho *Star Trek* no solo tenía una gran producción de *fanwork* de todo tipo, si no que empezó a desarrollar una gran producción de material *slash*¹² de lo más controvertida.

El *slash* se originó como género entre las fans de *Star Trek* a principios de los años setenta cuando las escritoras empezaron a sugerir, tímidamente, que Kirk y Spock se preocupaban mucho más el uno por el otro que por cualquiera de los personajes secundarios femeninos que desfilaban delante de ellos en los episodios originales. (Jenkins, 2010:217-218)

Como ya comentaremos más adelante, uno de los puntos más importantes y valorados a la hora tanto de escribir, como de leer *fanfiction* es que sea fiel a la naturaleza de los personajes, que se puedan reconocer sin ninguna duda en cualquier parte de la historia. En ningún momento, en la serie, se hablaba de la posible bisexualidad u homosexualidad de estos personajes así que estos *fics* vulneraban las características

¹¹ Una nueva película que conserva los elementos más importantes de la serie original, aunque es un comienzo nuevo, desde el principio de la historia.

¹² Tipo de *fanfiction* de temática homosexual. Sus protagonistas mantienen una relación romántica o sexual con un miembro de su mismo sexo. El término ha quedado reservado para las relaciones entre hombres.

originales y se consideraban «malos» *fics*, al mismo tiempo que se temía que los actores o creadores de la serie se sintieran incómodos. Sea como fuere los *fanfics* de temática *slash* se quedaron en el *fandom* de *Star Trek*, con un buen número tanto de escritoras como de lectoras y han llegado hasta nuestros días, no sin cierta polémica en algunas ocasiones, pero altamente normalizados, aunque no compartidos por todos.

El *slash*, (...), es simplemente una forma más de escritura fan entre muchas otras, y por tanto uno puede formar parte de un grupo de fans sin desarrollar una afición por el *slash* y sin leer ninguna de sus historias. Sin embargo, el *slash* constituye un género importante en las publicaciones creadas por fans, y posiblemente sea la contribución más original de estos grupos al ámbito de la literatura popular. (Jenkins, 2010:218)

Otro término que provocó controversia en el *fandom* de *Star Trek* es el mismo que definía a sus propios fans. La palabra *trekkie*, término usado para referirse a los fans de *Star Trek*, es conocida mundialmente y está admitida como válida por el *Oxford English Dictionary*.

Trekkie (tre.ki) Also Trekker.

A admirer of the U.S. science fiction television programme *Star Trek*; hence, a space – traveller; one interested (trivially) in space travel.¹³

Oxford English Dictionary

Sin embargo, esta terminología fue puesta a debate. La palabra fue asociándose a un grupo característico de fans demasiado «fanático», según el fan medio, queriéndose estos separar de esa imagen y renombrándose como *trekkers*. Dentro de todas las comunidades hay problemas, también dentro de las de fans, y el intento de los fans de separarse de la imagen negativa que ello conlleva siempre ha estado ahí. La imagen negativa del fan de *Star Trek* como un *nerd* (empollón o gran apasionado de las nuevas

¹³ Traducción propia: **Trekkie**. También Trekker. Un admirador de la serie televisiva de ciencia ficción estadounidense *Star Trek*; de ahí, viajero espacial; alguien interesado de una forma trivial en los viajes espaciales.

tecnologías) sin vida social siempre ha acompañado a los admiradores de la ciencia ficción, siendo apoyada la imagen por los propios medios de comunicación.

Sea como fuere los fans seguían en los años setenta, y siguen en la actualidad, reuniéndose periódicamente en convenciones temáticas sobre el universo *Star Trek*, que mantienen el espíritu fan en auge, décadas después de la grabación del último episodio de la saga original. Los fans siguen siendo tan apasionados con la serie original, que algunos de ellos dedican prácticamente todos sus recursos a revivirla, como sucedió con el proyecto *Star Trek: Phase II*, anteriormente conocido como *Star Trek: New Voyages*, una iniciativa en la que un grupo de fans, actores y técnicos, crearon desde 2004 hasta 2016 nuevos capítulos (10 episodios, un piloto y 3 cortometrajes) con los personajes y el *look* de la serie original. En referencia a los fans hispanohablantes de *Star Trek* añadir que el proyecto *Phase II* tuvo su primer espacio web fuera de Estados Unidos en España. Donde con gran esfuerzo y dedicación varios grupos de trabajo, entre los que había traductores, diseñadores web y diseñadores gráficos, tradujeron y subtitularon todos los episodios, así como entrevistas e información publicada a través de la web estadounidense.

Había y hay todo un mundo organizado alrededor de esta serie, y no sólo toda clase de *merchandising*. El fenómeno ha conllevado numerosos estudios sociológicos, un montón de vocablos que sólo tienen sentido alrededor de sus fans, mucho *fanwork*¹⁴ (a destacar la creación y desarrollo del *fanvid*¹⁵, que nació de una forma tan artesanal como la de poner música en un radiocasete a un pase de diapositivas sobre la serie) e incluso un lenguaje, el *Klingon*.

El *Klingon* es una lengua creada por Marc Okrand para los estudios Paramount Pictures, como idioma vernáculo de la raza *klingon* en el universo de la serie y que incluso tiene un *Instituto de Lenguaje Klingon* <<http://www.kli.org/kli/langs/KLIspanish.html>>, que se fundó en enero de 1992 y que según su página web:

Continúa su misión de reunir a personas interesadas en el estudio de la lingüística y cultura Klingon, y proporcionando un foro para debate e intercambio de ideas. Nuestra asociación es diversa, incluye admiradores de Star

¹⁴ Trabajos realizados por fans.

¹⁵ Vídeos hechos por fans.

Trek que tienen curiosidad y preguntas sobre el lenguaje Klingon, jugadores de Juegos de Rol que quieren dar mayor autenticidad a un personaje Klingon, como también a estudiantes y profesionales en el campo de la lingüística, filología, ciencia de la informática, y psicología que ven el lenguaje Klingon como una metáfora útil en el aula de clase o que simplemente quieren mezclar vocación con diversión. Aunque establecido en los Estados Unidos de América, el Instituto es realmente un empeño internacional, que actualmente abarca treinta países, y los siete continentes. (El Instituto de Lenguaje Klingon, s.f.)

Aparte, si por algo es reconocido el *fandom* de *Star Trek* es por sus convenciones, que comenzaron a realizarse a principios de los setenta, a imagen y semejanza de las Worldcon, la Convención Mundial de Ciencia Ficción, pero pronto superaron a estas en número de asistentes y, sobre todo, en su repercusión y presencia en los medios. Una de las más conocidas es la Galaxyfest que tiene lugar en la ciudad de Vulcan (Vulcano era el planeta del Sr. Spock, uno de los personajes más importantes de la saga), una ciudad de menos de dos mil habitantes en el sur de Alberta (Canadá). Es importante recordar que las convenciones de *Star Trek* nacieron por el interés de los aficionados, cuando la serie ya no estaba en antena y aunque siempre han contado con el apoyo de actores y técnicos de la saga, no eran las llamadas actualmente *celebration*, convenciones *oficiales* realizadas por las productoras como operación publicitaria.

Star Trek siempre han sido sus fans, tanto es así que Denise Crosby, una de las actrices de *Star Trek: La Nueva Generación* rodó dos largometrajes documentales sobre los fans de la serie llamados *Trekkies* (1997), donde exploró el fenómeno cultural que es, todavía hoy, *Star Trek* en EE. UU. y *Trekkies 2* (2004), donde viajó por el mundo acudiendo a convenciones por varios países.

Los fans de *Star Trek* entienden la serie como una forma de entender y de reinterpretar la realidad. «En palabras de una fan de hace mucho tiempo, “*Star Trek* es un formato que permite expresar derechos, opiniones e ideales. Por medio de *Trek* puede expresarse casi cualquier idea imaginable (...). Pero hay una forma correcta de hacerlo”» (Jenkins, 2010:112). Este comentario que puede parecer casual, habla de otra de las aportaciones

que estas primeras comunidades hicieron al *fandom* actual, la idea de pertenencia tan necesaria en una comunidad y del intercambio de experiencias vividas.

La recepción de los fans no puede darse, y de hecho no se da, de forma aislada, se estructura a través de la contribución de otros fans y está motivada, al menos en parte, por un deseo de interaccionar con una comunidad cultural y social más amplia. (Jenkins, 2010:97)

Figura 1. *Fanart de Star Trek en billetes de curso legal*



Con la muerte de Leonard Nimoy, en febrero de 2015, uno de los actores de la serie original de *Star Trek*, quien interpretaba a Sr. Spock, los fans de la serie en Canadá y en otros países como México se dedicaron a reconvertir algunos de los billetes de curso legal como homenaje. La práctica se extendió tanto, que el gobierno de Canadá tuvo que pedir a sus ciudadanos que lo dejaran de hacer.

Y seguramente por eso, *Star Trek* siempre estará ahí, porque su comunidad cultural está más que asentada en la sociedad. Es un referente sobre el fenómeno fan televisivo y sobre la capacidad organizativa de un amplio grupo de fans. Todas las prácticas que realizaban el *fandom* de *Star Trek* en sus inicios, se pueden extrapolar a la época actual y a diferentes nuevos *fandoms* que surgieron a lo largo de las décadas posteriores, también muy importantes, pero sin tanta repercusión posterior como fueron los que surgieron alrededor de las series estadounidenses *Starsky y Hutch* (1975-1979), *Corrupción en Miami* (1984 - 1988), *La bella y la bestia* (1987-1990), *Alien Nation* (1989-1990) o *Twin Peaks* (1990-1991), o de las británicas *Los profesionales* (1977-1983), *Los siete de Blake* (1978-1981) o de la aún en antena, *Doctor Who*, que también

fue estrenada antes que *Star Trek*. Sin olvidar sagas cinematográficas tan importantes como *La guerra de las galaxias* o *Indiana Jones*, que con sus nuevas producciones han llegado frescas hasta nuestros días, redimensionándose su *fandom* de una manera exponencial y global gracias a la llegada de Internet. Las bases ya estaban puestas.

2.1.4. EXPEDIENTE X: LAS PRIMERAS COMUNIDADES VIRTUALES DE FANS

A. COMUNIDADES VIRTUALES, COMPARTIR Y APRENDER EN LA RED

En su libro *Pangea: Internet, blogs y comunicación en un nuevo mundo*, Vicente Luis Mora habla de los cambios que ha producido la llegada de las nuevas tecnologías y redefine el nuevo mundo de las comunicaciones como *Pangea*, un nuevo mundo donde las fronteras geográficas desaparecen.

Pangea es un mundo nuevo, pero con esto no queremos decir que el otro haya desaparecido. Junto a él, en conexión directa con él pero diferente del real, hay un mundo entero, al que accedemos cuando utilizamos algunas nuevas tecnologías de la información y la comunicación. Esta nueva realidad (que es siempre una realidad duplicada o virtual) ha conseguido rehacer lo que rompió la deriva de los continentes. (Mora, 2006: 9)

Vicente Luis Mora también se hace eco de que este *Pangea* no es para todos, de que sólo 1 de cada 6 habitantes del mundo cuenta con esta tecnología al alcance de su mano, del peligro que conlleva creer que el mundo es todo aquello que se puede encontrar en la red y del peligro de confundir la realidad, con la ficción (peligro que por otro lado ya existía antes de Internet), pero considerando todo esto, es necesario tener en cuenta esta nueva realidad para entender lo que hoy es el mundo, esta nueva *Pangea*, el ciberespacio, las infinitas posibilidades que ofrece.

Una vez caídas las fronteras geográficas, con casi todo el conocimiento del mundo a un clic de distancia y con la posibilidad de estar en contacto con cualquier persona del mundo, en cualquier lugar y de manera instantánea, el mundo ha cambiado y este cambio se puede notar en todos los aspectos de la vida. «La emergencia del ciberespacio

es el fruto de un verdadero movimiento social» (Lévy, 2007: 95) cuyos conceptos clave son la interconexión, las comunidades virtuales y la inteligencia colectiva.

La cibercultura apunta hacia una civilización de telepresencia generalizada. Más allá de una física de la comunicación, la interconexión constituye la humanidad en continuo sin frontera, atraviesa un medio de información oceánico, sumerge los seres y las cosas en el mismo baño de comunicación interactivo. (Lévy, 2007: 100)

Según Pierre Lévy «Una comunidad virtual se construye sobre afinidades de intereses, de conocimientos, compartiendo proyectos, en un proceso de cooperación o de intercambio, y eso independientemente de las proximidades geográficas y de las pertenencias institucionales» (Lévy, 2007: 100). Evidentemente, tras todo lo expuesto con anterioridad, está claro que esta también podría ser una definición para el fenómeno que aquí nos acontece, el *fandom*, una vez que Internet y los servicios *online* entraron en juego.

En este trabajo mantenemos la idea de que en la actualidad el *fandom* es en esencia una comunidad virtual, que a veces se expande hacia una comunidad terrenal, así que vamos a hacer un repaso de las características básicas de estas, para luego en un ejemplo, entender el nacimiento del *fandom* actual a través de estas comunidades virtuales en red.

Una comunidad virtual tiene un principio básico, que ya hemos comentando, y es que se centra en la cooperación e intercambio de conocimientos sobre afinidades e intereses. «Si se aprende leyendo los mensajes intercambiados, también hay que proporcionar informaciones que se dispongan cuando hay una pregunta en línea que se refiera a tales informaciones» (Lévy, 2007: 101). Por otro lado, las comunidades virtuales como las que se desarrollan en el mundo «analógico», tienen sus reglas de conducta y costumbres que es importante seguir y cumplir, ya que si no es probable que surja el conflicto y la persona que se las haya saltado reciba una reprimenda por parte del grupo, e incluso la expulsión. El anonimato que ofrece la red, que podría considerarse una «cortina de humo» para asumir la responsabilidad individual, nunca es un escondite para el verdadero miembro de la comunidad, ya que «una recompensa (simbólica) proviene de

la reputación de competencia que uno se forja a largo plazo» (Lévy, 2007: 101) en la «opinión pública» de la propia comunidad.

Algo que es importante resaltar y no olvidar es que la participación en las comunidades virtuales no es ni mucho menos una forma de aislarse de la realidad o del mundo. «La imagen del individuo “aislado delante de su pantalla” tiene que ver más con un fantasma que con la encuesta sociológica» (Lévy, 2007: 102). El desarrollo de las comunidades virtuales viene acompañado de un desarrollo general de los contactos y de las interacciones a lo largo del planeta.

Las relaciones «virtuales» no sustituyen pura y simplemente a los encuentros físicos y a los viajes, sino que a menudo ayudan a prepararlos bien. Es, en general un error pensar en las relaciones entre antiguos y nuevos dispositivos de comunicación en términos de sustitución. (Lévy, 2007: 102)

Como insiste Pierre Lévy, uno de los principios básicos del ciberespacio es la interconexión «Para la cibercultura, la conexión es siempre preferible al aislamiento» (Lévy, 2007: 99).

Con la cibercultura se expresa la aspiración de construir un lazo social, que no se basaría ni en las pertenencias territoriales, ni en las relaciones institucionales, ni en las relaciones de poder, sino en la reunión alrededor de centros de interés comunes, en el juego, en el hecho de compartir el conocimiento, en el aprendizaje cooperativo, en los procesos abiertos de colaboración. El gusto por las comunidades virtuales se fundamenta en un ideal de relación humana desterritorializada, transversal, libre. Las comunidades virtuales son los motores, los actores, la vida diversa y sorprendente del universal por contacto. (Lévy, 2007: 103)

La mayoría de los estudios que se han realizado hasta el momento sobre comunidades virtuales o digitales se centran en un gran número de casos en comunidades virtuales de aprendizaje, tanto formales, como informales. Y es que compartir conocimientos de

cualquier materia es lo que motiva a las comunidades virtuales, que se pueden centrar en los temas más diversos.

Los amantes de la cocina mexicana, los aficionados a los gatos de angora, los fanáticos de tal lenguaje de programación o los intérpretes apasionados de Heidegger, anteriormente dispersados en el planeta, a menudo aislados o al menos sin contactos regulares entre ellos, disponen ahora de un lugar familiar de encuentro y de intercambio. Se puede, pues, sostener que las llamadas «comunidades virtuales» cumplen, de hecho, una verdadera actualización (en el sentido de una puesta en contacto afectiva) de grupos humanos que sólo eran potenciales antes del acontecimiento del ciberespacio. (Lévy, 2007: 103)

Visto todo lo anterior, es prácticamente irrefutable que el *fandom* relacionado con los productos tanto literarios como audiovisuales puede ir ineludiblemente unido a ello. Por otro lado, es impensable imaginar que el crecimiento y difusión del *fandom*, como hoy lo conocemos, no ha tenido nada que ver con las nuevas tecnologías.

Carmen Morán habla en estos términos sobre el *fanfiction*, una de las actividades más desarrolladas en el *fandom* y que ocupará en el futuro un capítulo de este trabajo.

El malditismo contracultural se democratice y el que cualquiera pueda fantasear con ser un replicante que escribe historias aumentan la tensión en la actualidad hacia la literatura que ya los *fanzines* mostraban. En este punto relativo a la actitud de autores y lectores, sí creo que Internet ha podido suponer un cambio importante, al intensificar notablemente a sus lectores y autores la conciencia de selecto pero inmenso club maudite¹⁶. (Morán, 2007: 41)

Así mismo Mar Guerrero comenta en su artículo *Webs televisivas y sus usuarios: un lugar para la narrativa transmedia*, en relación a los fans de las series de televisión, que

¹⁶ Club Maldito

en la actualidad, en la red, al contrario de cuando el *fandom* estaba fuera de Internet y la participación de los fans tenía que ser claramente visible o activa.

La web supone un consumo activo por parte del usuario, ya sea desde la búsqueda de información hasta la escritura de material propio. Es un medio que por sus cualidades tecnológicas no favorece las conductas de mero espectador o de *couchpotato*¹⁷. (Guerrero, 2014: 240)

La web es el medio perfecto para que cristalicen las viejas costumbres del *fandom* y para que surjan otras nuevas «y mucho más, desde la normalización de aplicaciones sociales como los blogs, wikis y las redes sociales donde los usuarios o fans producen su propio contenido (prosumidores) y establecen vías de colaboración entre iguales» (Guerrero, 2014: 240).

El desarrollo de las nuevas tecnologías, especialmente de Internet y el DVD, ha contribuido también al buen momento vivido por el drama televisivo actual. Las comunidades de fans, tradicionales desde que contribuyeron a prolongar la vida de *Star Trek*, como ya hemos comentado, han logrado convertirse en entidades globales en donde admiradores de los programas de televisión, ya sea de Estados Unidos, Singapur, Argentina o España, pueden conversar sobre su programa favorito, disfrutar de información anticipada sobre su desarrollo argumental y a veces hasta someter a los programas a un nivel de escrutinio insólito, como en la celebrada página Televisión- WithoutPity. (Cascajosa, 2005: 13-14)

Desde finales de los cincuenta, cuando EE. UU. comenzó a investigar en el marco de la carrera armamentística con la Unión Soviética y creó la Agencia de Proyectos de Investigación Avanzada con objeto de alcanzar la supremacía en el campo tecnológico, hasta la creación en 1993 del primer navegador de uso comercial, *Netscape Navigator*,

¹⁷ Según Wordreference: Couch Potato: *slang, figurative* (sedentary person) (ES, *figurado*) mueble nm You're becoming a couch potato. You should get some exercise! (CL, colloquial) tirado todo el día viendo televisión *expr.* Una persona que pasa poco o ningún tiempo de hacer ejercicio y una gran cantidad de tiempo viendo la televisión.

pasando por el nacimiento del primer ordenador personal a comienzos de los ochenta, muchas cosas habían cambiado en televisión, y entonces llegó *Expediente X*.

B. EXPEDIENTE X, CUANDO LOS FANS TOMARON LA RED

Figura 2. Fanart de *Expediente X*



Ilustración reproduciendo el cartel de la serie *Expediente X*. Creado por la fan artista Lizeeeee.

The X files (1993 - 2002; 2016 - 2018) es una serie de culto que consiguió llegar incluso a quien no la vio. La «x» perdió en parte su connotación pornográfica, para comenzar a designar misterios. Un «expediente x» se convirtió a partir de ese momento en aquello inexplicable que puede, o no, estar entre nosotros. Creada por Chris Carter, guionista sin demasiado éxito hasta ese momento y protagonizada por dos actores (David Duchovny y Gillian Anderson) prácticamente desconocidos, como les ha pasado a la mayoría de los productos de culto, nadie apostó demasiado en serio por ella en un principio, ni siquiera su cadena, la Twentieth Century Fox.

Expertos y fans argumentan que esta serie se llevó un éxito que en parte le pertenecía a la anterior y más corta, *Twin Peaks* (1990-1991), también serie de culto y postmoderna por antonomasia, que tuvo cierta representación en un Internet demasiado elitista y minoritario en su momento, pero *Expediente X* tuvo una estrella a su favor, nació en el momento justo, 1993, y se desarrolló con la expansión de Internet. red de redes que en 1995 recibió un último gran empujón gracias a su desvinculación del gobierno estadounidense, lo que le permitió su apertura al uso comercial.

Las comunidades *x – philes* en Internet han reforzado la ilusión de que la serie pertenece al espectador simplemente porque, a diferencia de los antiguos fans solitarios que expresaban su opinión personal por carta, los nuevos pueden comunicarse de forma instantánea entre ellos, incluso ignorando a los creadores (Martín, 2006; 40).

Como ya se ha comentado, en 1995 Internet se desvinculó del gobierno estadounidense lo que le permitió expandirse sin problemas, un año después N. E. Genge hablaba así del apoyo que la comunidad *online* había dado a esta serie en su libro *The Unofficial X-Files Companion*.

Expediente X ha dado pie a más de un centenar de páginas web en menos de tres años, incluyendo una página oficial firmada por *Fox Televisión* (www.thex-files.com) y docenas de páginas de gran calidad elaboradas por seguidores de la serie. Las páginas de la *World Wide Web* abarcan todo el mundo y están tanto en inglés como en otras lenguas. Algunas de las más visitadas son las de:

Noruega (<http://bundy.hibo.no/~Larsen/x-files/x-files.html>),

Italia (<http://www.cs.unibo.it/~cobianch/index.html>),

Singapur (<http://www.iscs.nus.sg/~chenmin/afiles.xf.html>),

Australia (<http://www.cs.mu.ox.au/~simc/xfiles.html>),

Brasil (<http://www.iss.com.br/~lpaulo/xfiles.html>),

Irlanda (<http://www.wwng.dcu.ie/~stdcu/xfiles/x-files.html>),

Reino Unido (<http://www.zynet.co.uk/simon/x-files/>). (Genge, 1996; 66)

Obvia decir que ninguna de estas páginas existe ahora y no solo por el hecho de que la serie terminó ya por segunda vez. El *fandom* de *Expediente X* sigue siendo muy potente. Si se busca *The X-Files* en *Google* aparecerán aproximadamente 3570000000 entradas¹⁸, sin contar las que aparecerían si se buscarán los términos *Expediente X*, *Expedientes Secretos*, o *Archivos secretos* (como se denominaba el programa en gran parte de Sudamérica). La razón hay que buscarla en que Internet ha avanzado muy rápido, los servidores han cambiado, algunos se han quedado obsoletos y las viejas

¹⁸ En septiembre de 2020.

formas de comunicarse en la red, también han cambiado. Por cada web cerrada, nacería un foro, por cada foro cerrado nacería un blog. En la actualidad las cibercomunidades se desarrollan a través de los *hashtag*¹⁹ de las redes sociales, que pueden seguir enlazando a webs, blogs, foros o más redes sociales, pero la comunidad virtual como tal sigue viva.

Lo importante a mencionar es lo rápido que la serie, o mejor dicho, su *fandom* se sintió cómodo en este nuevo medio, cuando no había precedentes. Como se crearon servicios *online* y webs alrededor de las cuales se crearon comunidades virtuales donde se podían encontrar los fans y así ver, debatir y disfrutar una vez apagado el televisor de su serie favorita. Charles Kennedy, jefe de investigación de la Fox, dijo en unas declaraciones al *New York Times* en 1994, que *Expediente X* hubiera sido el programa que la Fox hubiera creado, si hubiera sabido el auge de los servicios *online*²⁰.

Por lo tanto, el *fandom* de *Expediente X* surgió por casualidad y sin ninguna estrategia empresarial detrás. Aunque lo cierto es, que a día de hoy, por mucho que se analiza, se sigue sin saber por qué un producto funciona o no, o por qué un producto consigue un *fandom* fuerte o no. Fueron los propios fans los causantes de esta nueva tendencia y lo siguen siendo. De hecho el que fue sitio web de *Expediente X* en un principio www.delphi.com/x-files, fue creado y manejado por Chris Fusco, un fan de la serie, quién la creó por afición en marzo de 1994 y la mantuvo activa durante bastante tiempo, al final con la colaboración directa del propio Chris Carter. «Su trabajo, desinteresado en aquel momento, llamó la atención de la Fox, quienes le ofrecieron hacerlo profesionalmente» (Arias, 1996: 194). Tanto era así que otros de los sitios web donde encontrar información de la serie llevaban el nombre de los fans que las habían creado. Estaba la *Mike Quigley's Home Page*, la *John's X-Files Home Page*, la *Jennifer's X-files Home Page*... De todos modos, lo que deja muy claro el gran revuelo que esta serie formó en un Internet en pañales es el texto que a continuación reproducimos del libro de N.E. Genge, *El libro de Expediente X*.

¹⁹ Una etiqueta de metadatos formada por una o varias palabras y precedidas por una almohadilla (#). Se usan para clasificar los contenidos publicados en las redes sociales.

²⁰ Mr. Kennedy says *The X-Files* is the show Fox would have created if it had known there would be a boom in on-line services. < <http://www.nytimes.com/1994/11/06/arts/a-new-species-of-couch-potato-takes-root.html?pagewanted=3>>

Quienes dispongan de un acceso a Internet algo más primitivo, con el *File Transfer Protocolo (FTP)* pueden conectarse con textos, fotografías y muestras de sonido e incluso con fragmentos visuales de la serie para visionarlas en su ordenador personal. Entre las direcciones a las que se accede por medio de este sistema están [ftp.u.washington.edu/public/roland/x-files](ftp://ftp.u.washington.edu/public/roland/x-files) y [ftp.cs.nmt.edu/xfiles](ftp://ftp.cs.nmt.edu/xfiles).

Para los que no pueden esperar a llegar a la oficina el lunes por la mañana para hablar de Expediente X, hay docenas de conexiones *on-line* con otros seguidores de la serie, que incluyen desde listas de correo electrónico hasta grupos del servidor Usenet, pasando por áreas de *chatting* a tiempo real en #xf y #xfiles en el *Internet Relay Chat (IRC)*. Desde los más absurdos hasta los más críticos, los fans de *Expediente X* tienen la oportunidad de encontrar grupos de charla adecuados a sus intereses y personalidad. Todos los servicio *online* más importantes ofrecen a sus clientes foros y también áreas de «chat» incluyendo *Compuserve*, *America On Line*, *Genie* y *Delphi*, que es una empresa filial de *Fox* y tiene sus propias áreas de discusión además de ofrecer una línea exclusiva de productos de venta.

Para aficionados a Expediente X que no tienen bastante con ver a David Duchovny, Gillian Anderson, Mitch Pileggi, o sus malvados favoritos, hay www.ftp y listas de correo dedicadas exclusivamente a estos actores y a los personajes que interpretan.

Buzones on-line.

Buzón norteamericano: escribir a majordomo@chaos.taylored.com con el mensaje subscribe X-Files.

Buzón del Reino Unido: escribir a listproc@uel.ac.uk con el mensaje subscribe X-Files.

Buzón alemán: escribir a Ltserv@stargate.pfalz.de con el mensaje subscribe xf-de.

USENET Newsgroups.

Alt.tv.x-files grupo norteamericana de charla.

Alt.tv.x-files.creative historias sobre la serie creadas or fans

Uk.media.tv.sf.x-files grupo de charla del Reino Unido.

Aus.tb.x-files grupo de charla australiano.

Alt.binaries.x-files imágenes, sonidos escenas, salva pantallas.

(Genge, 1996; 66 - 67)

Si *Expediente X* se convirtió en lo que es en la actualidad, o en lo que fue, en parte gracias a Internet nunca se sabrá realmente. Tal vez también hubiera sido un fenómeno sociocultural sin la necesidad de Internet, como le pasó a *Star Trek*, pero sin lugar a dudas no lo hubiera sido sin sus fans, ya que realmente fueron ellos los primeros en crear tendencia en la red. Sea como fuere, lo cierto es que sus protagonistas, David Duchovny y Gillian Anderson, como ya hemos comentado, casi dos completos desconocidos cuando la serie comenzó, ocuparon durante años las primeras listas de los más buscados en la red y las páginas que se dedicaban a hablar de la serie y de ellos, eran aún numerosas, años después del fin de la producción original.

Sin embargo, la serie también marcó una época fuera de Internet, aunque su primera temporada no tuvo grandes datos de audiencia (como corresponde a toda buena serie de culto) poco a poco, el boca a boca, que corre mucho más rápido a través de Internet, convirtió esta serie de culto en un fenómeno de cifras. Es imposible dar datos exactos de cuántos espectadores tuvo a lo largo de su vida, ya que se emitió en decenas de países

durante muchos años, pero sí se puede hacer una pequeña idea mental de la importancia de la serie, con los datos que la empresa *Nielsen* proporcionó para Estados Unidos y que Sara Martín incluye en su libro, *Expediente X: En honor a la verdad*.

El episodio más visto fue *Leonard Betts*, de la cuarta temporada, con un 29 % de share y unos 29 millones de espectadores, más o menos el 10 % de la población de Estados Unidos. El episodio con peores resultados fue *Fallen angel*, de la primera temporada, con 5.4 millones de espectadores y un share del 9 %. La serie alcanzó su mejor momento entre la cuarta y la quinta temporada, cuando fue vista por un promedio de más de 19 millones de espectadores por capítulo. La media de la novena temporada fue de 9 millones de espectadores, cantidad que no bastó para evitar su cancelación, aunque fue significativamente mayor a los 7,1 millones de espectadores que de media tuvo la primera temporada. Lo que cambió de la primera a la novena temporada, en primer lugar, fue el desencanto que produjo la marcha de David Duchovny, pero sin lugar a dudas lo peor fueron las expectativas. Poco se esperaba de la serie *Expediente X* cuando comenzó, pero todo, después de haberse convertido en un icono cultural de los 90.

Tanto en Estados Unidos como en España *Expediente X* fue una serie que se siguió mayoritariamente por *self-appointment* o auto-cita, en el sentido de que el espectador habitual hizo un hueco en sus actividades para poder seguirla como si tuviera una cita fija semanal. Esto tiene un mérito añadido en España donde el espectador televisivo nunca puede contar de antemano con el respeto que se merece y donde Tele 5 ha dado un nefasto ejemplo de maltrato a su propia clientela que ha hecho historia en los anales de la televisión nacional. (Martín, 2006:11)

Lo cierto es que en España, la octava y la novena temporadas de la serie, conjuntamente con el último capítulo de la séptima, no se llegaron a emitir, por lo menos en una cadena en abierto, dejando al fan habitual desorientado. Cuando años después se estrenó la segunda película hubo muchos fans que se sintieron sumamente confusos con ciertas informaciones que daban en la película y que ellos no conocían. Esta circunstancia hizo que los espectadores españoles que quisieron enterarse de cómo continuaba o terminaba

la serie y que contaban con la oportunidad, tuvieran que adentrarse en Internet, si no lo habían hecho ya. *Expediente X* es para la mayoría de los fans españoles que hoy navega por la red, y con edad suficiente para serlo, su primer *fandom* en Internet y su primera comunidad virtual. Como pasó con *Star Trek*, un mundo paralelo se creó alrededor de la ficción, pero en contra de lo que pasaba con *Star Trek* las únicas fronteras existentes para los fans eran las idiomáticas, ya que Internet rompió las fronteras físicas, uniendo a fans de todas las partes del mundo.

La amplitud de la red y el paso del tiempo, impiden saber a ciencia cierta cuales fueron las primeras páginas que hubo en castellano sobre la serie, sin embargo, la que probablemente fuera la primera página creada en España por una española fue la ya desaparecida *La verdad está ahí fuera* de Thelmy <<http://www.geocities.com/Broadway/Alley/6432/>>, cuyo verdadero nombre es Belén Faba y quién asegura no tener ni idea de si la suya fue la primera web en España de *Expediente X*, pero lo que sí que asegura es que si había más web, ella no fue capaz de encontrarlas.

Belén era una universitaria malagueña por aquel entonces, que seguía *Expediente X* a través de Tele 5 y que descubrió el *fandom* a través de Internet gracias a una beca en el extranjero. Su página tenía fotos, *reviews* y el que es posiblemente el primer archivo de *fanfiction* en castellano. Belén intentó trasladar aquello que había vivido en la red a través del inglés, a su propia lengua, inaugurando su página en abril de 1998, la cual no empezó a tener algo de tráfico hasta el verano de ese mismo año, según palabras de la propia Belén «obviamente gracias a la peli de la serie que se estrenó en julio de 1998». Belén también comentó que «por aquel entonces, las únicas webs que encontré en castellano sobre la serie eran latinoamericanas, y se contaban con los dedos de una mano».

Por otro lado, la página que más *famosa* se hizo en España, en castellano, seguramente fue, la también desaparecida, *Silverbug* <<http://silverbug-x-files.com>>, creada por un chico madrileño llamado Daniel. Su página tenía un gran archivo de *fanfic* y *fanart*, era una fuente inagotable de vídeos, guiones, contaba con dos foros, un chat y estaba abierta a todo el mundo, aparte de que se actualizaba diariamente. Esta página fue claramente el antecedente de lo que estaba por venir y casi cualquier fan de *Expediente X* que en ese momento entrara en Internet acabaría pasando por ella. Ahora todo está mucho más

desintegrado, evidentemente porque la cantidad de sitios es mucho mayor y aparte, ahora las webs tampoco son los sitios de reunión.

Al principio todo se movía alrededor de unas cuentas webs. Eran comunidades donde casi todo el mundo se conocía, por su *nick*²¹, eso sí, dentro de su propio idioma. Se podía hablar de los escritores y escritoras de *fics*, de los creadores de *fanart* y de los *vidders* casi en primera persona, casi todo el mundo había compartido una conversación en un foro o chat o un email con cualquier otro fan. Era muy familiar y las normas de respeto eran muy estrictas. Las webs alrededor de las cuales se creaban comunidades virtuales solían ser páginas complejas, bien diseñadas, porque por aquel entonces el lenguaje que se utilizaba para la construcción de webs el *HTML (HyperText Markup Language)* no era especialmente fácil, ya que todo se tenía que hacer manualmente, no había tantas plantillas prediseñadas como en la actualidad y no se podían realizar sin un conocimiento amplio del tema. Posteriormente la revolución llegó con los foros, las listas de correo, blogs... un crecimiento muy rápido, a la misma velocidad que los nuevos servidores ofrecían espacios en la WWW fáciles de rellenar, sin apenas necesitar conocimientos sobre programación web, todo ello, después del *boom Expediente X*. Sea como fuera el *fandom* se extendió como la pólvora en EE. UU. a través de la red y poco a poco en el resto del mundo, ya que la serie se emitió en 60 países.

Se creó un nuevo vocabulario, o nuevas acepciones para términos ya conocidos. Los fans eran *X-fhile*, que es una acepción que deriva de sustituir la palabra inglesa *file* por el sufijo de origen griego *phile*, que suena igual pero significa «amigo o amante de». A parte los fans podían ser *shippers (relationshipippers)*, aquellos fans que querían que Mulder y Scully mantuvieran una relación romántica, o *noromos (no romancers)*, los que querían que su relación se mantuviera en una dimensión platónica. Las creaciones de los fans podían ser de diferentes *ship*²², *MSR* (Mulder Scully Romance o Mulder Scully Relationship) que definían los relatos en los que se desarrollaba una relación romántica entre Mulder y Scully o *dripper*, donde se desarrollaba la historia de Dogget y Reyes, una nueva pareja de agentes que vinieron a sustituir a Mulder y Scully en la novena temporada. Había otro tipo de *ships*, pero no con nombres tan característicos. Otros términos muy utilizados en el *fandom* de *Expediente X* para denominar su

²¹ Abreviatura del inglés *nickname*, que significa alias, un nombre de fantasía por el que será reconocido en la red.

²² Término anglosajón que se utiliza para nombrar a una pareja con una posible relación romántica que interesa a los fans.

fanwork, normalmente su *fanfiction*, fueron *UST* (*Unresolved Sexual Tensión*) que denominaba la relación que tuvieron los protagonistas durante casi toda la serie, tensión sexual no resuelta y *RST* (*Resolved Sexual Tensión*) tensión sexual resuelta.

El *fandom* de *Expediente X*, era y es, una verdadera comunidad tanto en red como de una manera presencial. Tienen sus normas, sus anécdotas, sus lugares comunes, sus líderes de opinión (los cuales van cambiando a lo largo de tiempo), sus actividades propias, su vocabulario propio, que también cambia con el paso del tiempo... Son personas en contacto con otras personas, gracias a la red, con un interés común, ganas de comentar, de aprender, de divertirse, de estar informado y de hacer cosas juntos... la conciencia colaborativa es muy importante dentro del *fandom* y uno de los ejemplos más claros de trabajo colaborativo en el *fandom* de *Expediente X* fue durante años el *Marathon Scully*.

MARATHON SCULLY (SCULLY MARATHON)

La Orden de la Bienaventurada Santa Scully la Enigmática (The Order of the Blessed Saint Scully the Enigmatic - OBSSE) fue fundada en 1995 por fans de la serie, quienes tenían una especial inclinación y afinidad por el personaje de la agente especial del FBI Dana Scully, co-protagonista del espectáculo e interpretado por la actriz Gillian Anderson. La agrupación defendía, que en esos momentos, había pocos modelos femeninos a quienes seguir o admirar en la televisión mundial que fueran un verdadero buen ejemplo de la mujer de finales del siglo XX. El personaje de Scully definía a una mujer de carácter fuerte, independiente, leal, inteligente, rigurosa, muy profesional a la par que empática, llena de compasión y dedicación. La OBSSE formada por personas de todas las clases sociales y lugares del mundo, presumía de su sentido del humor, patente en el nombre de su asociación, y de que a pesar del cariño que sentían hacia el personaje de Scully, no se tomaban muy en serio ni a la serie, ni a ellos mismos, pero sí que se tomaban muy en serio la neurofibromatosis.

La neurofibromatosis (NF, para abreviar) es un trastorno genético del sistema nervioso que hace que se formen tumores en los nervios de cualquier parte del cuerpo y que se produzcan otras anomalías tales como cambios en la piel y deformidades en los huesos, afecta a todas las razas, etnias y a ambos sexos por igual. La NF es uno de los trastornos genéticos más comunes en los Estados Unidos, (afectando a uno de cada 4000 nacimientos), a pesar de lo cual, muchas personas no están familiarizados con ella. Esta

enfermedad la sufría Aaron Anderson, hermano pequeño de Gillian Anderson, quién murió en septiembre de 2011 por complicaciones relacionadas con la propia NF. La actriz a lo largo de su vida se ha dedicado a recaudar fondos para la causa y a difundir el conocimiento de la enfermedad, lo que la convirtió en portavoz honoraria y mundial de la enfermedad y a sus fans en difusores del mensaje.

Al principio de la historia de la OBSSE, la Orden comenzó a buscar maneras de expresar su agradecimiento a Gillian Anderson por dar vida a un personaje al que querían tanto, decidiendo al final que una buena forma era hacer una donación a la NF, Inc., que es una organización estadounidense que presta apoyo y servicios a las familias que tienen algún miembro con NF. Además de ayudar a los individuos y las familias NF, Inc. también trabaja en estrecha colaboración con los profesionales médicos y científicos que se han especializado en la investigación de tratamientos para la NF.

La primera recaudación de fondos de la OBSSE se llevó a cabo en diciembre de 1997, llegando a recaudar algo más de 2000\$. Desde ese momento la idea de hacer algo más grande embargó el espíritu de la Orden que cada mes de mayo, Mes de la Concienciación sobre la Neurofibromatosis, celebraba Scully Marathons para beneficiar a la organización NF, Inc. Y por ese motivo es por el que se comenzaron a realizar en todo el mundo los Scully Marathon en 1999. Con la excusa de reunirse a ver capítulos de la serie, entre 10 a 12 episodios centrados en Scully (*Scullycentric*) se hacían subastas, rifas y demás actividades para reunir fondos y también así difundir el conocimiento mundial de la enfermedad. También se aceptaban donaciones de los asistentes. Aquí queda patente, que aunque los fans por aquella época ya tuvieran la oportunidad de reunirse en red y básicamente era la red la que les había reunido, un fan siempre está dispuesto a juntarse con otros, en persona, para hablar cara a cara si es posible.

En 1999 se llevaron a cabo 16 Scully Marathons en cuatro países diferentes recaudándose un total de 13207 dólares que fueron a parar no solo a NF, Inc sino también a otros organismos internacionales como L'Association de la Neurofibromatose de Quebec (Canadá), la Fundación Británica Columbia Neurofibromatosis (Canadá), la Asociación de Neurofibromatosis de Ontario (Canadá), la Asociación de Neurofibromatosis de Alberta (Canadá), la Asociación de NF de Novia Scotia (Canadá), la Asociación de Neurofibromatosis (Reino Unido) y la Asociación de

Neurofibromatosis de WA (Australia). Cada Marathon Scully solía recaudar dinero para la asociación a favor de los afectados por la neurofibromatosis que tuviera más cerca.

El evento se difundió rápidamente y creció deprisa, en mayo del año 2000 se celebraron 28 Scully Marathons recaudándose más de 22700 dólares y en el año 2002 el número de estos eventos casi se multiplicó por dos, hubo 44 en 10 países de los cinco continentes, recaudándose más de 57000 dólares.

En España se celebraron Scully Marathons en Madrid y en Barcelona desde el 2003. En Barcelona el evento sólo se realizó en dos ocasiones, en Madrid el último año en que se celebró fue en el 2007, donde las organizadoras se despidieron alegando que cada vez era más difícil conseguir material y reunir participantes, ya que la serie había terminado en el 2002 y el fenómeno fan ya no era tan fuerte.

2.1.5. EJEMPLOS DE *FANDOMS* SIGNIFICATIVOS

A lo largo de este trabajo vamos a tratar pormenorizadamente todas las actividades creativas que se pueden realizar en el *fandom* y sus implicaciones. Todos los *fandoms* tienen *fanfiction*, *fanart*, *vidding*, pero no todos destacan por haber realizado campañas extraordinarias o por haber conseguido pasar a la posteridad por alguna de sus acciones. Así que a continuación vamos a relatar algunos de estos casos de *fandoms* excepcionales, por la dedicación de sus fans.

A. *FIREFLY* Y LOS CASACAS MARRONES

En la serie televisiva *Firefly* (2002) los casacas marrones son los perdedores y al mismo tiempo los protagonistas del *show*. Mal (Nathan Fillion) y Zoe (Gina Torres), dos de los protagonistas, fueron casacas marrones, el nombre dado a los soldados que lucharon en las facciones independientes contra la Alianza en la guerra interplanetaria que acabó en 2511. Los casacas marrones lucharon por la soberanía sobre sus planetas y el derecho de gobernarse solos, sin que la Alianza interviniera o mandara en sus asuntos, pero no sólo perdieron, sino que fueron prácticamente aniquilados. Así es como lo expone el propio protagonista del *show*, el Capitán Malcolm Reynolds:

«Los planetas centrales formaron la Alianza, ellos comenzaron la guerra para que todo el mundo estuviera bajo su dominio. Unos idiotas trataron de luchar contra ella, entre ellos: yo».

Sin embargo, Mal no se rinde y se niega a aceptar el poder de la Alianza, lo que le convierte en un renegado y forajido que intenta sobrevivir bajo sus propias normas y su propio ideal de vida. Por eso los fans más acérrimos de *Firefly* se denominan a sí mismos casacas marrones, según ellos mismos, son los marginados que se han negado a aceptar la derrota, en este caso la cancelación de la serie tras la emisión de solo 11 capítulos. No aceptan la decisión de la Fox y siguen luchando para que *Firefly* siga viva y avance.

En su momento, estos grandes fans de la serie, se organizaron a través de la red e hicieron diversas campañas para evitar la cancelación, recogieron miles de firmas, pero no lo consiguieron. Lo que sí consiguieron fue llamar la atención de la Fox lo suficiente como para que la cadena pensara que editar la serie en DVD sería rentable. *Firefly* fue editada en DVD con todos los capítulos grabados, no sólo los emitidos y ahí comenzó la segunda campaña de los casacas marrones. Cuando los DVDs salieron a la venta, el pack se convirtió en uno de los DVDs más vendidos de la historia en Estados Unidos, manteniéndose en las listas de ventas durante mucho tiempo y dándole un nuevo empujón a la serie.

Joss Whedon, creador de *Firefly*, reacio a abandonar a sus personajes, reunió suficiente capital para llevar a cabo la continuación (o conclusión) de su historia. Con 40 millones de presupuesto, en gran parte conseguidos gracias a las ventas de los DVDs, es decir, al apoyo incondicional de los fans, Whedon comenzó el rodaje de la película de *Firefly*, bautizada *Serenity* (2005), como la nave protagonista, y el episodio piloto de la serie. En el primer fin de semana de su estreno *Serenity* recaudó 10 millones de dólares, colocándose la 2º en el ranking de mayor recaudación de taquilla. Por desgracia, este buen comienzo no prosiguió en el tiempo, la película no consiguió llegar a las masas, y recaudó poco más de 20 millones de dólares. Sin embargo, al igual que sucedió con la serie, el séquito de casacas marrones no se dio por vencido. Está claro, que los que fueron al cine esa primera semana en la que la película era número dos, eran en su mayoría los fans que habían estado esperando ese momento durante casi tres años, pero las buenas críticas a la película, unido al boca-oído hizo que muchas de las personas que no vieron la película en el cine, visualizaran el DVD. Desencadenó una cadena de información y opinión que desembocó en ventas millonarias del DVD de la película, y catapultó de nuevo al pack de la serie a los primeros puestos de ventas, donde se mantuvo durante años.

Con *Serenity*, Joss Whedon quiso hacer algo diferente, rodó cinco cortometrajes titulados *Las sesiones de River Tam* que se sitúan antes del inicio de la serie, pero que se tienen que ver antes de la película, y que muestran el cambio del personaje de River durante su cautiverio por parte de la Alianza en unas sesiones de terapia con un interrogador, que es el propio Joss Whedon fuera de plano. Los cortometrajes se pueden encontrar como extras en el DVD, al igual que un mensaje especial grabado por Joss Whedon, para las proyecciones previas. Y es que en los meses anteriores al estreno de *Serenity*, se hicieron diversos pases especiales de la película inacabada con Joss Whedon y los actores.

Hola, soy Joss Whedon. Antes de empezar con esta «proyección», quisiera contaros una historia. Es sobre un programa de televisión llamado *Firefly*. *Firefly* estuvo en antena hace un par de años, y la crítica enseguida lo declaró uno de los peores programas del año. Lo abandonaron, y cayó en el olvido. Esta historia debería terminar aquí, pero no es así. Porque la gente que hizo el programa y la gente que vio el programa, que era aproximadamente la misma cantidad de gente, se enamoró un poquito de él. Demasiado para olvidarlo. Demasiado para abandonar cuando la batalla parecía perdida. En Hollywood, a la gente así se le llama: «poco realista, quijotesca, obsesiva». En mi mundo, se la llama «casacas marrones».

Si habéis visto el programa en la tele... o en DVD... o, si nunca habéis tenido nada que ver con *Firefly* antes de hoy, el que estéis aquí significa que formáis parte de algo, algo un poco extraordinario. Esta película no debería existir. Los programas de la tele fracasados no llegan a película, a menos que el creador, el equipo y los fans, tengan fe más allá de lo razonable. Eso es lo que he sentido, es lo que he visto... en las ventas del DVD, en los stands de las convenciones de los fans, las webs y los recaudadores de fondos. Todo el trabajo que han hecho

los fans ha ayudado a hacer esta película. La película es en un sentido sin precedentes, vuestra.

Me refiero a que si es mala, es culpa vuestra. Ha sido un gran error. Nos fallasteis, pero no hagamos hincapié en los errores... porque el trabajo está por terminar. Tengo que acabar de hacerla. Esta no es la versión final y veréis algunos marcadores en la música y los efectos, pero ya estamos terminando. Y cuando terminemos, necesitaremos gente que la vea. Ahora, obviamente el estudio va a ocuparse de lo suyo. Se van a hacer anuncios, trailers y demás, pero esta película no tiene estrellas, y tampoco tiene un presupuesto gigante, ni siquiera una simple premisa vendible. Nos tiene a nosotros: la gente que ha creído excesivamente.

Si la película os importa, decídselo a alguien. Decídselo a todos. Hacedos oír. Si no os gusta la película, es hora de callar, de meses de silencio contemplativo. Pero, si cuando aparezcan los créditos, seguís considerándoos «casacas marrones», recordad que hay millones que no lo son y que podrían serlo. Quiero que lo hagamos juntos. El equipo va a estar donde pueda. Voy a hacer un blog... a contarlo por ahí, y todo lo que se me ocurra. Tenemos cantstopthesignal.com en funcionamiento. Estoy bastante seguro de ello. Vamos a hacer lo que podamos para darle la importancia que merece. Porque recordad, intentaron matarnos, nos mataron, y aquí estamos. Hemos conseguido lo imposible, y eso nos hace poderosos. Gracias por ayudar a que esta película haya llegado tan lejos. Bienvenidos a *Serenity*.

Desde luego Joss Whedon es un hombre muy persuasivo, así que los casacas marrones siguieron intentando hacer lo imposible: resucitar de nuevo a la nave *Serenity* o en todo caso que nadie olvidara su primer viaje. Y ese objetivo, el de que la serie no sea

olvidada, está más que cumplido. Ya que no hay nadie interesado en las series de televisión estadounidenses o de la ciencia ficción, en general, que no conozca el caso de *Firefly*, o que la serie no le haya sido recomendada para su visionado. De hecho a día de hoy el número de seguidores de la serie sigue aumentando. Sea como fuere, tras la película y todo lo bueno y malo que conllevó para los casacas marrones ellos siguieron luchando, recaudando firmas, disfrutando de la serie y de todo su universo *Firefly*, con el añadido de los cómics que comenzaron a publicarse.

De hecho en 2006, un grupo de casacas marrones crearon la asociación Can't stop the Serenity <<http://www.cantstoptheserenity.com>> que recauda fondos para la organización Equality Now y otras obras sociales, a través de visionados y proyecciones de *Serenity* por toda la geografía norteamericana (USA y Canadá), Australia, Nueva Zelanda, Reino Unido y en menor medida Irlanda, Alemania, Austria y Francia. Desde la fundación de la asociación ya han recaudado más de un millón de dólares.

El visionado en grupo es algo habitual entre los grupos de fans; los fans hacen largas colas para ver las primeras proyecciones de los estrenos del verano sabiendo que el público estará lleno de fans iguales que ellos que participarán ruidosamente en la experiencia emocional de la película (Jenkins, 2010:97).

El 17 de febrero de 2011, a partir de unas declaraciones de Nathan Fillion publicadas en *Entertainment Weekly*, los fans de *Firefly* comenzaron una nueva batalla. Nathan comentó que le encantaría volver a interpretar a Mal Reynolds y que si le tocaban los 300 millones de dólares de la lotería, lo primero que haría sería comprar los derechos de *Firefly* y distribuirla por Internet. Los casacas marrones no perdieron tiempo en organizarse, había que conseguir que los derechos de la serie estuvieran en manos de alguien que los apreciara y defendiera y quien mejor que el propio Nathan Fillion. Se creó la página *Ayuda a Nathan a comprar Firefly*, con su grupo en Facebook <<https://www.facebook.com/HelpNathanBuyFF>>. El proyecto tomó fuerza con rapidez tomando desprevenidos tanto a Nathan, como al propio Whedon, que rompieron la burbuja días después, afirmando que no lo apoyaban, que no estaban dispuestos a pedir dinero a los fans por simplemente un sueño y sin saber si podrían hacer algo con ello. *Firefly* era una serie muy cara y era mejor dejar las cosas como estaban.

Este fue un duro revés para los fans, que ya estaban sumamente organizados y ya habían recaudado una buena cantidad de dinero. Sin embargo, ningún casaca marrón iba a desautorizar a su Capitán (Fillion) o Capitanes (Fillion y Whedon), así que la página desapareció y el dinero recaudado fue devuelto. Sin embargo, muchos de los donantes y organizadores decidieron no recuperar su dinero y donarlo a causas benéficas apoyadas tanto por Fillion como por Whedon y así nació *Unstoppable Signals* <<http://unstoppablesignals.com>> una asociación y página web que a día de hoy, y a través de diferentes acciones ha recaudado más de un millón y medio de granos de arroz para la fundación *FreeRice*, más de 4000 dólares para la organización *Kids Need to Read*, asociación que trabaja para crear una cultura de la lectura entre los niños y que fue fundada por el autor PJ Haarsma y el propio Nathan Fillion, y más de 17000 dólares para apoyar el nuevo proyecto que nació de todo el tema de *Ayuda a Nathan a comprar Firefly*, el proyecto *Browncoats: Redemption*.

Browncoats: Redemption consistía en la creación de una película sin ánimo de lucro y con aspiraciones solidarias, basada en el universo *Firefly*. Contó con el trabajo voluntario de todo el equipo, fue financiada íntegramente por los fans y contaba con el apoyo in situ de algunos de los actores de la producción original. No nos extenderemos porque esta película tendrá su propio espacio más adelante, en el apartado dedicado a los *fan film*.

El siguiente gran momento para los casacas marrones y para los fans en general de la serie, aunque en él no tuvieron mucho que ver más allá de su ruidosa presencia, se desarrolló durante la Comic Con de 2012 en San Diego, donde se celebró el décimo aniversario de *Firefly*, con un panel al que asistieron Joss Whedon y Nathan Fillion acompañados por los actores: Alan Tudyk, Adam Baldwin, Sean Maher y Summer Glau, y los guionistas José Molina y Tim Minear. El panel de la cancelada serie se convirtió en uno de los más multitudinarios de la Comic Con de ese año, teniendo un éxito apabullante y demostrando que su cancelación no fue suficiente para borrarla del mapa audiovisual.

En 2015 se estrenó la película o mejor dicho, el *fan film Browncoats: Independence War* un proyecto de Francis Hamada, fan de la serie y casaca marrón convencido que en

mayo de 2013 terminó su propuesta de *crowdfunding* ²³ <<http://www.kickstarter.com/projects/829136455/browncoats-independence-war-a-firefly-fan-film>> con el que pretendía alcanzar los 16000 dólares que le quedaban para poder terminar la producción de su medimetraje. Consiguió algo más de 21000 dólares y cambió su idea de medimetraje, por la de un largometraje. En este metraje se desarrollan los momentos finales de la guerra interplanetaria contra la Alianza en el año 2511, convirtiéndose en una precuela no oficial de la serie.

Para finalizar con la experiencia fan de *Firefly*, un curioso y reciente suceso. Alan Tudyk y Nathan Fillion, dos de los actores protagonistas de *Firefly* se pararon frente a su público en marzo del 2015 con un nuevo *crowdfunding*. La idea era crear una nueva mini serie, llamada Con Man, una comedia que parece un remix entre un *fanfic* y un *fanfilm* de *Firefly*, ambientada en las convenciones de ciencia ficción. El guion escrito por Alan Tudyk trataba sobre dos actores que se conocen y hacen amigos grabando una serie de ciencia ficción que se cancela prematuramente. Mientras uno de ellos, el alter ego de Nathan Fillion, se hace muy famoso con el tiempo, el otro, el alter ego de Alan Tudyk, no lo consigue, pero ambos se encuentran a lo largo del tiempo en diferentes convenciones de fans, lugar de encuentro por antonomasia entre fans y creadores y artistas. Tudyk y Fillion pedían en un vídeo 425000 dólares para poder grabar 3 episodios, a cambio ofrecían no solo el producto final, sino carteles, DVDs, camisetas, acceso a productos especiales e incluso, para aquellos que donaran 25000 dólares, la oportunidad de poder celebrar con ellos el cumpleaños de Tudyk y Fillion. El *crowdfunding* <<https://www.indiegogo.com/projects/con-man>> comenzó el 10 de marzo de 2015 y 24 horas después el objetivo ya estaba más que cumplido. Al terminar la recogida de fondos, un mes después, se habían recaudado más de tres millones de dólares, lo que garantizaba la grabación de una temporada completa de 12 episodios.

B. VERONICA MARS, UNA DULCE CHOCOLATINA.

Una de las grandes dudas que acompañaba los finales de temporada de las series del curso 2006 – 2007 en Estados Unidos era la cancelación o no de la serie de detectives *Verónica Mars* (2004-2007; 2019), protagonizada por Kristen Bell.

²³ Crowdfunding: literalmente en castellano «micromecenazgo», «financiación masiva», «financiación colectiva», etc. Una acción de cooperación colectiva llevada a cabo por personas que realizan una red de contactos para conseguir dinero u otros recursos para financiar un proyecto.

La serie se encontraba en su tercera temporada y aunque sus audiencias nunca habían sido excesivamente altas, tenía un público fiel y muy entregado. El cual, al ver la más que posible cancelación de su serie, no se conformó con la típica recogida de firmas, sino que también organizó una campaña en la desaparecida web *BarsforMars* donde se dispusieron a inundar la cadena The CW, emisora que emitía y producía la serie en EE. UU., con toneladas de barritas de chocolate y caramelo *Mars*. Esta estrategia ya les había funcionado a los fans de *Jericho* (2006-2008), que consiguieron el resurgir de su serie, una vez cancelada, mandando a la CBS cacahuetes de protesta. Así que básicamente los fans de *Veronica Mars* agotaron las barritas en EE. UU. y había fans que las seguía mandando comprándolas desde Canadá o incluso Gran Bretaña.

Desgraciadamente la campaña no dio los resultados deseados y la serie fue cancelada, aunque contaban con el apoyo de Kristin Veich, diva televisiva estadounidense, que prometía apoyo total a la ganadora de la encuesta *Save one show*, que realizaba todos los años la web <<http://www.eonline.com>>. Aquel año la ganadora de *Save one show* fue la serie *Las chicas Gilmore* (2000-2007; 2016) que recibió 2.2 millones de votos de sus fans, seguida muy de cerca por el 1.9 millones de votos que consiguió *Veronica Mars*, ambas de The CW, así que Kristin Veich intentó ayudar a ambas producciones, ya que el final de *Las chicas Gilmore* se acercaba, más que por deseos de la cadena, porque una de las actrices protagonistas no quería renovar.

Rob Thomas, el creador de la serie, se quedó muy descontento y desilusionado con la cancelación, de hecho quiso jugar un órdago a la cadena dejando a la serie con una especie de final abierto. Los fans se quedaron desolados y enfadados y Rob Thomas les prometió que haría todo lo posible para volver a llevar a *Veronica Mars* a la pantalla. En abril de 2013, después de intentar por diversos medios conseguir la financiación suficiente para hacer una película sobre la serie, ya que lo de revivir la serie parecía imposible, consiguió hacer un trato con la Warner Bros. La productora le prometió que si conseguía, como mínimo dos millones de dólares de los fans, a través de una propuesta de *crowdfunding*, daría luz verde a la película. Y así nació el 13 de abril de 2013

<i>The</i>	<i>Veronica</i>	<i>Mars</i>	<i>Movie</i>	<i>Project</i>
------------	-----------------	-------------	--------------	----------------

<<https://www.kickstarter.com/projects/559914737/the-veronica-mars-movie-project>>.

En esta aventura Thomas contaba con el apoyo de Kristen Bell y otros de los actores de la serie original como Ryan Hanson, Enrico Colantoni y Jason Dohring. Todos ellos protagonizaban el vídeo con el que comenzó el proyecto.

Los productos que se ofrecían por las donaciones pasaban desde el guion de la película en PDF para aquellos que donasen 10 dólares, hasta la posibilidad de tener un papel con frase en el film, siendo el o la camarera que sirva la comida a Veronica en algún momento de la película, con el derecho de ir a la premiere y a la fiesta posterior por el «módico» precio de 10000 dólares. Esta recompensa, por esta donación, sólo era posible para una persona y fue cubierto antes de que pasaran seis horas del comienzo del proyecto. De hecho antes de que se acabara el día ya habían conseguido más de dos millones de dólares, gracias a más de 4000 seguidores. El proyecto ya había cumplido su mínimo para llevarse a cabo y la película estaba asegurada, sin embargo el resto de fans mundiales se sentían tristes y mal por no poder colaborar más con la causa y no poder conseguir productos exclusivos de la serie, ya que aquellos que vivieran fuera de Estados Unidos solo podían acceder a recibir el PDF del guion por mail, lo que hizo que la producción del proyecto empezase a darse cuenta de los beneficios de abrirlo al resto del mundo.

Cuando el 12 de abril de 2013 se cerró el proyecto se habían conseguido 5702153 dólares provenientes de 91585 fans de todo el mundo, ya que aparte del consabido PDF los regalos se mandarían aparte de a EE. UU. a Australia, Austria, Bélgica, Brasil, Canadá, Dinamarca, Finlandia, Francia, Alemania, Irlanda, Italia, Luxemburgo, México, Países Bajos, Nueva Zelanda, Noruega, España, Suecia, Suiza y el Reino Unido.

La película se estrenó el 14 de marzo de 2014, en países como España directamente en plataformas *online*. La película fue hecha por y para los fans y eso no fue bien visto por la crítica, que no apoyó al film. Los propios creadores reconocieron no haber desarrollado la idea exactamente como querían, al no querer desilusionar a los fans. Sea como fuere, la película creó un fuerte revuelo en la red y en cines a lo ancho de todo EE. UU. durante días, dando paso a una serie de novelas, escritas por el propio Rob Thomas y Jennifer Graham donde continúan la historia después de lo sucedido en la película. Sin embargo, lo más llamativo de todo esto es que 8 años después de su final, su *fandom* seguía con las mismas ganas y sumamente activo.

Por lo tanto, no es de extrañar que la serie fuera recuperada años después. El 21 de agosto de 2018, la cadena de televisión Hulu presentó su idea de realizar una continuación de la serie, a través de ocho nuevos episodios. La nueva temporada se estrenó en julio de 2019.

2.2. LOS FANS EN EL *FANDOM*

Son la joya de la corona televisiva. Incomprendidos hace unas décadas, relegados a sus aspectos más anecdóticos como su vestimenta o fervor desorbitado y dejados casi en la clandestinidad, los fans son ahora estimados y muy valorados por la industria. Ellos, desde la intimidad de su hogar, a golpe de mando a distancia o de clic de ordenador, rigen el devenir de grandes superproducciones y de pequeñas apuestas audiovisuales. Viven un momento de reivindicación y orgullo de pertenecer a un fenómeno fan concreto que les agrupa y les da significado. (Grandío, 2016:17)

Por lo que parece, es el momento de los fans de las series de televisión. La imagen triste del *trekkie* sin vida propia, obsesionado con cada pequeño detalle de la serie, *nerds* con problemas de sobrepeso y acné viviendo en el sótano de sus madres, parece un estereotipo superado.

Ahora los fans son importantes para las cadenas de televisión. En la actualidad, su existencia carece de las connotaciones negativas que les acompañaron durante años y los fans son tomados muy en serio, sobre todo por los departamentos de *marketing*.

Se han convertido en grupos especialmente importantes para los departamentos de *marketing* de las cadenas de televisión, y se han erigido en líderes de opinión para muchos usuarios de Internet que acuden a ellos para saber qué productos de ficción han de consumir (Bellón, 2012:29).

El propio Jenkins comenta en su libro *Convergence Culture* que hace unos años ya estamos en

...una época en que los fans son fundamentales en el funcionamiento de la cultura. El concepto de audiencia activa, tan controvertida hace dos décadas, se da hoy por sentado en todo el mundo de la industria mediática. (...) La cultura

participativa no es hoy en absoluto marginal ni clandestina. Las obras de ficción de los fans resultan accesibles en asombrosas cantidades y variedades para cualquiera que sepa navegar por Google. Los productores mediáticos siguen los foros de internet como «Televisión Without Pity» lanzando globos sonda. (Jenkins, 2009:10-11)

De todos modos, y aunque esto es cierto, creemos que es importante diferenciar entre lo que significa considerar importante a un grupo social o de opinión, y el hecho de tener buena o mala imagen de él. Ciertamente es que al principio de la cultura fan, no es que simplemente los fans estuvieran mal vistos, es que prácticamente parecía que estaban criminalizados. Sin embargo, que los departamentos de *marketing* consideren importante a un sector social como futuros compradores o usuarios de aquello que venden, no significa que no les consideren un incordio y les llamen a escondidas «el fan del ático»²⁴.

Y es que tal vez el fan tipo, para el común de los mortales, ya no sea el *trekkie* con sobrepeso y sin vida propia (estereotipo que aún sigue explotando la serie de animación *Los Simpson*, desde 1989, a través de su personaje «El dependiente de la tienda de cómics»), pero sí, por ejemplo, el de los personajes de la serie *The Big Bang Theory* (2007-2019), que no deja de ser una evolución de lo anterior. Sheldon y sus amigos no están gordos y son más listos.

Además, no es lo mismo ser fan (algo realmente muy generalizado y extendido en la sociedad actual) que ser parte de un *fandom*, de una comunidad de fan, escribir *fanfic* o hacer *vidding*, punto donde ya se puede recibir alguna mirada descreída, por la cantidad de implicación que requiere.

La pertenencia o la no pertenencia del fan al *fandom* es difícil de delimitar. Como ya adelantamos en el apartado anterior, no es lo mismo ser un mero espectador, un fan fuera de una comunidad o un fan dentro del *fandom*, pero la línea cada vez está más desdibujada, era fácil delimitarlo antes de Internet, cuando contactar con otros fans

²⁴ Ese personaje solitario, sentado en la oscuridad de una habitación, tecleando cartas de amor - amenazas a su personaje admirado, una figura típica de las películas de suspense y una fuente de amenaza casi inmediata (Jenkins, 2010: 26).

requería bastante esfuerzo, pero en la actualidad es muy complicado, ya que todo el fenómeno fan está a un clic de distancia.

En este sentido, es importante diferenciar entre el espectador de una serie y el fan, que Ross centra en el compromiso emocional, junto a cierto grado de participación (que hace que tengan un sentido de la posesión con respecto al show); y por supuesto, su pertenencia a una comunidad. (Bellón, 2012:29)

Otra cosa muy difícil de definir, sería encontrar al fan tipo, tipificar al fan dentro del *fandom* es una ardua tarea que sería prácticamente imposible de realizar ya que no tienen unas características tan visibles como los estereotipos se han dedicado a imponer durante años. Además primero habría que delimitar solo un *fandom*, cuando claramente no son excluyentes, y tal vez también, una actividad específica dentro de la comunidad y el rol que el fan desarrolla dentro de la misma, cuando tampoco son excluyentes, y a partir de ahí comenzar.

En este texto trabajamos el *fandom* como un ente global y por lo tanto no podemos especificar tanto, pero sí que queremos realizar una radiografía genérica de quien es el fan dentro del *fandom*.

2.2.1. TIPOS DE FANS: DIFERENTES ROLES PARA UN MISMO FANDOM

No todos los fans tienen la misma vinculación con el producto, ni el mismo grado de compromiso, lo que no quiere decir que no estén comprometidos con su afición o que no sean parte del *fandom*. Aunque formen parte de la misma comunidad, pueden visitar o no los mismos sitios web y pueden ir o no a las mismas tiendas o pueden tener o no la necesidad de asistir a *kedadas* u otra clase de acontecimientos. Como ya hemos comentado es difícil meter al fan en un cajón, sin embargo Mar Guerrero en su artículo *Webs televisivas y sus usuarios: un lugar para la narrativa transmedia. Los casos de «Águila Roja» y «Juego de Tronos» en España* hace diversos apartados, sin tener en cuenta las características personales del fan, sino más bien el grado en que están involucrados o su nivel de participación en las páginas webs oficiales de las series *Águila Roja* y *Juego de Tronos*. Esta diferenciación por roles es fácilmente extrapolable al conjunto del *fandom* actual en general.

Lo primero que hay que tener en cuenta, es que Internet, este nuevo hábitat donde se desarrolla la mayor parte de las actividades del *fandom*, supone un consumo siempre intencionado y activo por parte del usuario sea o no dentro del *fandom*. La web no permite fácilmente una conducta de mero espectador, tanto si se busca información, como si se crea material propio «el usuario siempre está participando cuando navega por una web, aunque cabe precisar que tal participación se manifiesta de dos formas distintas: puede ser una participación silente o una participación vocal» (Guerrero, 2014: 246). La participación silente es aquella que se desarrolla a través de clics y de saltos en la estructura hipertextual de la web y en este tipo de participación solo queda reflejada la presencia del fan o del usuario en el sitio web. La participación vocal, por su parte, es en la que la voz de los usuarios se queda reflejada en la web a través de los contenidos que generan y publican.

Una vez hecha la diferenciación básica entre el participante silente y el participante vocal, Mar Guerrero acota un poco más los diferentes roles entre unos y otros usuarios o fans, que evidentemente pueden variar con el paso del tiempo y entremezclarse. Ya que menos por el primero modelo, no son excluyentes.

A. MODELO OBSERVATIVO, EL ROL DEL *LURKER*²⁵.

«El *lurker* tradicionalmente ha tenido una consideración peyorativa en los círculos de fans por su actitud de usuario no participante» (Guerrero, 2014: 244). Los *lurkers* son usuarios que solo leen los mensajes o blogs de otros, sin apenas comentar en la comunidad a la que pertenecen, de ahí que los fans que sí contribuyen los tomen por fans de segunda o por aprovechados, quienes no están dispuestos a aportar nada a la comunidad.

Sin embargo, el *lurker* no es un observador totalmente externo a lo que ocurre en las webs, o en el *fandom*, sino más bien un participante silente, como ya comentamos de antemano.

Pese a no dejar una marca verbal en la web, ya que apenas comenta, su presencia y decisiones acerca de los contenidos que consume en el sitio sí afectan al desarrollo de éste de forma directa (la popularidad de unos contenidos de la web

²⁵ Lurker es una palabra en inglés que significa acechador.

frente a otros, el desfase entre el páginas vistas y mensajes de un foro, o entre los comentarios y los múltiples «Me gusta» de una entrada en Facebook, por ejemplo) (Guerrero, 2014: 261).

La propia naturaleza de la web hace que cualquier interacción con ella acarree un consumo activo, lo que puede convertir al *lurker* en un miembro silente del *fandom*.

B. MODELO DISCURSIVO/ARGUMENTATIVO, EL ROL DEL TERTULIANO

El rol del tertuliano se encuentra inmerso dentro del conocido como participante vocal.

El tertuliano es un usuario cuya principal actividad consiste en participar en la web a través del ofrecimiento de su opinión en los espacios reservados para ello, como son los comentarios de noticias y los foros. Los contenidos que aporta al sitio televisivo pertenecen al ámbito de la discusión y la argumentación (Guerrero, 2014: 262).

El rol del tertuliano es el primero que suele tomar el fan al entrar dentro del mundo del *fandom*, al fin y al cabo todos tenemos una opinión y debemos de saber expresarla. Ciertamente es que este modelo se puede confundir en algún momento con el siguiente que vamos a tratar, el de creador, porque una argumentación muy desarrollada o un resumen de un capítulo o una temporada con un análisis muy detallado (*a.k.a. recap*²⁶), ya pasaría a los dominios del rol del creador.

C. MODELO CREATIVO/DIVULGATIVO, EL ROL DEL CREADOR

El rol del creador es el que más nos interesa dentro de este trabajo, ya que la creación requiere conocimientos específicos y normalmente un afán de superación. Los fans que producen sus propios contenidos son definidos como prosumidores, ya que no solo consumen, sino que producen, y por lo tanto amplían el mundo narrativo del que se alimentan. «El programa es como una masa elástica» que ensancha sus límites para incorporar sus preocupaciones, dando forma a sus personajes para que se adapten mejor a sus deseos» (Jenkins, 2010:183).

²⁶ Recap, del inglés recapitulation. Traducido al castellano como recapitulación, resumen, síntesis o compendio.

Sara Martín en su libro *Expediente X, En honor de la verdad*, cita al estudioso del fenómeno de esta serie, Robin Silbergleid.

La diseminación de *fanfic* o ficción escrita por fans en la red compensó la tendencia *normo* de Carter, al ofrecer versiones alternativas en las que Mulder y Scully se convertían en amantes, e incluso padres, antes de que Carter se rindiera a la corriente *shipper* en la T8. (Martín, 2006: 41)

El tipo fan con el rol de creador es uno de los más conocidos en el *fandom* y más difundidos gracias a la red. Son creadores de opinión y en muchos casos las figuras más representativas de la comunidad. Son conocidos, e intentan ser valorados de la mejor manera posible, defendiendo su posición de autores.

El creador, al contrario que el tertuliano, genera contenido que sí contribuye de manera efectiva a la expansión o compresión transmediática del mundo narrativo que consume, ya sea a través de trabajos donde predomina la creatividad (fan fiction, fan vid o fan art) o productos destinados a dar a conocer ese universo narrativo, o a facilitar su acceso a otros usuarios (Guerrero, 2014: 262)

D. MODELO LÚDICO, EL ROL DEL JUGADOR

El cuarto rol supone una integración de los modelos de participación anteriores en un tipo de usuario que se dedica a disfrutar de las oportunidades recreativas que ofrece el *fandom* desde una posición 100 % basada en el juego. Desde los juegos de rol, *tanto online* como *offline*, pasando por los videojuegos, sin olvidar los típicos trivial, de preguntas y respuestas...

La naturaleza particular de cada juego determinará hasta qué punto el jugador muestra más características de un rol que de otro (no es lo mismo el jugador que completa un trivial entre una serie de respuestas ya dadas que el jugador de *Grito de Guerra* de *Juego de Tronos*. El primero estaría cerca del rol del *lurker*

puesto que el trivial implica una posición más pasiva que el juego de rol).
(Guerrero, 2014: 261-262)

Sin embargo, el jugador tipo dentro del *fandom* es el que se involucra en los juegos de rol (*role playing game*), ya muy conocidos y difundidos por los fans antes de Internet y que se basan en el desarrollo de un determinado rol o personalidad concreta. Cuando una persona «hace el rol de X» significa que está realizando un papel que normalmente no hace. De esta manera se podría entender que los juegos de rol, son como los juegos de indios y vaqueros, sólo que un poco más sofisticados y gobernados por ciertas reglas sencillas. Son muy parecidos al teatro improvisado y se pueden asemejar a una *narración colectiva*. Y esta es una visión del jugador mucho más como creador que como *lurker*, pero con las suficientes diferencias como para tener un modelo propio.

Por otro lado no hay que olvidar, sobre todo a la hora de navegar por la web, que la familiaridad que tenga el usuario con Internet también le impedirá o le permitirá hacer una navegación más o menos profunda dentro del *fandom* y de sus actividades, y que el aprendizaje progresivo de los usos y palabras dentro de la comunidad harán que se sienta más cómodo y que pueda pasar de un rol a otro con facilidad.

2.2.2. CUESTIÓN DE GÉNERO: HOMBRES Y MUJERES EN EL FANDOM

Al igual que cada serie, libro, película... tiene un público objetivo, así el *fandom* también lo tiene. De hecho Jenkins afirma que en general hombres y mujeres buscan cosas diferentes en los productos culturales, específicamente en las series de televisión, y de igual manera aportan cosas diferentes al *fandom*.

Con respecto a la serie *Twin Peaks*, Jenkins hacía la siguiente reflexión.

Es posible que los fans masculinos se sintieran atraídos por la serie porque permitía hacer especulaciones sintagmáticas. De hecho, estos fans deseaban más complejidad narrativa que la que Lynch podía ofrecer, pues proponían elaboradas teorías conspiradoras o construían «casos irrefutables» contra sospechosos tan improbables como Dale Cooper, Andy, el ayudante del sheriff,

o el doctor Hayward. Las fans mujeres abrazaron sus dimensiones paradigmáticas, en especial la amistad entre el sheriff Truman y el agente Cooper, que es el eje de las obras de ficción sobre Twin Peaks escritas por fans. Cuando los fans hombres escribían sus propios «guiones», se centraban más en la creación de nuevos enigmas narrativos que en desarrollar de forma más detallada las relaciones entre los personajes. (Jenkins, 2010:136)

Históricamente, los primeros fans, como hoy los conocemos, fueron los de la ciencia ficción, los creadores primitivos de *fanzines*, o incluso los anteriores *Janeites*, quienes eran hombres jóvenes cultos y con un cierto grado de aspiraciones literarias. En el pasado más reciente, el fan tipo imaginado por el común de los mortales podía ser ese fanático de *Star Trek* del que ya hemos hablado, pero esa imagen ha cambiado radicalmente en los últimos años, ahora hay un gran número de seriéfilos, todo el mundo lee cómics, y ser un apasionado del cine coreano está de moda. Sin embargo, reiteramos la diferencia entre ser fan y ser parte de un *fandom*, ya que no todo está tan normalizado, y el estereotipo de fan de la ciencia ficción, sigue siendo un hombre joven.

Dicho lo cual, según el estudio de Cristina Martínez García para su Tesis doctoral. *La búsqueda de nuevos valores, referentes y modelos en un mundo líquido: El refugio de la cultura «friki»*²⁷ en España, el número de socios de, por ejemplo, el *Club Star Trek España* nos mostraba en 2014 un perfil tradicional y masculinizado del *fandom*. Un 80 % de los socios eran hombres, y la edad media rondaba entre los 35 y los 60 años. Una amplia gama de edades, que en primer lugar rompe el estereotipo del treintañero, y es que la gente que se hizo fan con la serie clásica, lo sigue siendo, y luego están los más jóvenes que se engancharon con la nueva generación. Así mismo, hay que recordar que esta vertiente tan masculina de los fans de *Star Trek* tiene mucho que ver con la edad de la producción y es que «la igualdad de sexos se da más entre los frikis más jóvenes, ya

²⁷ Según la RAE. **friki**.
(Del ingl. *freaky*).

1. adj. coloq. Extravagante, raro o excéntrico.

2. com. coloq. Persona pintoresca y extravagante.

3. com. coloq. Persona que practica desmesurada y obsesivamente una afición.

Como se puede comprobar este término con el que los fans y grandes aficionados a ciertos productos se definen con cariño, como apasionados de su afición y con conocimientos muy amplios sobre un tema, tiene una connotación peyorativa en la nueva acepción de la RAE.

que los más mayores eran en su día, y aún son en su mayoría varones» (Martínez, 2014; 210).

Curiosamente en el libro que Jenkins escribió en los 90, destaca el hecho de que la mayor parte de los fans de los medios de comunicación eran principalmente mujeres, blancas y de clase media «aunque acepta entre sus filas a muchos que no encajan en esta descripción» (Jenkins, 2010: 12). Obviamente hay que destacar que dentro de los fans de los medios de comunicación entran los fans de la ciencia ficción y los que no lo son, pero lo curioso es que ese texto de Jenkins habla ampliamente del fenómeno fan alrededor de justamente la serie *Star Trek*. De todos modos la idiosincrasia de España y de EE. UU. (y otros países anglosajones) no era similar antes de los 90.

De hecho, volviendo a otra de nuestras series fetiche, aunque en un primer encuentro se podría considerar que la serie *Expediente X* estaba más vinculada a un público masculino, por su cercanía a la ciencia ficción no era especialmente así.

Hay diversos trabajos académicos que centran su atención sobre todo en la notable presencia de mujeres en las diversas comunidades *x-philes* de la red, debido tanto al atractivo feminista de Scully como a su complicada relación con Mulder. Según parece, mientras los hombres han debatido mayoritariamente cuestiones centradas en la ciencia y la tecnología de la serie, las mujeres se han interesado más por las relaciones personales dentro de ella. (Martín, 2006; 41)

Al hacer un análisis superficial en las páginas donde se pueden encontrar *fanfics* de la serie *Expediente X*, en más de un 95 % de los casos estos habrán sido escritos por mujeres. Parece ser que a niveles generales eran cosas diferentes las que enganchaban a la serie a hombres y mujeres, pero fueron las mujeres las que acabaron ocupando el mayor espacio en las comunidades *online*.

Si nos ponemos a generalizar, de una manera un tanto superficial, podemos decir que las mujeres escriben *fanfic* y los hombres juegan al rol, que las mujeres siguen *fandoms* sobre series de televisión y libros y películas relacionadas, y ellos sobre cómics, videojuegos y películas relacionadas. Luego hay grandes sagas como la de *El Señor de los Anillos* o *La guerra de las galaxias* que se pueden conocer como lugares comunes,

pero que en su visión o relectura pueden mostrar pequeñas diferencias dependiendo de quien las vea. Parece ser que los lectores masculinos tiendan más a centrar su narración en un protagonista principal, mientras que las lectoras femeninas expresan el deseo de explorar una variedad más amplia de relaciones sociales (Jenkins, 2010:133).

2.2.3. LA MOTIVACIÓN DEL FAN. PERTENECER A...

¿Por qué una persona decide convertirse en fan? ¿Por qué una persona es fan de un producto y no de otro? ¿Por qué entre todos los *hobbies* posibles alguien decide ser parte de un *fandom*? ¿Por qué cuando durante años fue algo visto negativamente? Aunque en la actualidad muchos de estos estereotipos peyorativos que recaían sobre el fan se han ido desdibujando, algunos siguen patentes, aunque desde el nacimiento de Internet, nadie puede decir que el fan es solitario, si él no quiere.

La lucha como comunidad se ha incrementado en un movimiento de reivindicación social y orgullo, como por ejemplo El día del orgullo friki que se celebra cada 25 de mayo desde el año 2006. Ciertamente es que hay algunos fans que aún esconden su rol de fan, pero el hecho de no sentirse solos a la hora de defender una afición, hace al *fan* fuerte.

El sentimiento de emoción que provoca el ser parte de algo más grande, desde luego no es nuevo o desconocido. Así que sin lugar a dudas una de las grandes motivaciones del *fan*, para formar parte del *fandom*, es la de no sentirse solo en su afición. A los fans les gusta estar con otros fans y formar parte de algo más grande.

Aunque el sentido común puede llevarnos a pensar que los fans se convierten en ello por la fascinación que sienten por textos o artistas concretos, lo contrario también suele ser cierto. La escritora fan Barbara Tennison ha descrito este proceso:

Aunque yo disfrutaba del grupo de fans – y escribiendo historias – sobre programas de televisión, descubrí que se trataba más bien de que me gustaban los fans y quería participar en sus actividades; el mismo acto de ver la televisión era como hacer los deberes. (...) ¿Cuántos fans disfrutaban de pertenecer a un

grupo tanto o más que de la atracción supuestamente central por los propios programas y películas? Probablemente mucha más gente.

Aunque hay muchos fans «marginales» que se centran en las elecciones culturales idiosincrásicas, los fans tienden a enfocar su actividad social y cultural en los programas que son susceptibles de ser aceptados por un número considerable de ellos. (Jenkins, 2010:114)

Y es que algo que siempre parece caracterizar el fenómeno fan, en cualquiera de sus variantes, es la emoción, la emotividad y la parte poco racional del cerebro que hace que las sensaciones se multipliquen en un ambiente grupal, donde hay otros que te apoyan. Y es que el *fandom*, como ya hemos dicho, no es cosa de un solo fan, es un grupo de ellos actuando por una causa común. Si algo le gusta al fan, busca a más gente que comparta su afición, cuanta más gente encuentre, menos aficionado y más fan, al sentirse arropado por el grupo. Convirtiéndose así el fenómeno fan en una militancia no política, pero sí ociosa y casi divina donde de nuevo podemos hablar de ídolos.

Otra de las motivaciones que puede tener un fan para serlo es la apropiación y personalización del producto, esa vivencia en primera persona de cualquier producto a través de las actividades del *fandom*.

Si pudiéramos utilizar una analogía que describiese todas estas prácticas, ésa sería la del «tuning», o modo en que los jóvenes personalizan un vehículo a través de diferentes elementos interiores y exteriores. Práctica que, además, se está extendiendo a otros ámbitos, como la informática, y que revela, en definitiva, la necesidad de apropiación que proyecta el joven hacia cualquier «producto», que es de algún modo recreado. En el caso de la lectura, la desacralización del objeto-libro pasa por una visión más dinámica y participativa que lleva a los lectores a situarse incluso al margen de los canales comerciales y de transmisión «académica» de los mundos, para crear sus propios foros,

comunidades virtuales, «blogs», etc. donde la obra o saga de referencia pueda ser recreada con la libertad e intensidad deseadas (Martos Nuñez, 2006: 64).

Los fans, en el fondo, no tienen ni voz ni voto sobre lo que les va a suceder a sus personajes favoritos, o lo que va a ocurrir en sus programas, pero gracias a la comunidad y a todas las actividades que se realizan dentro del *fandom* tienen la oportunidad de reinventar y ajustar sus expectativas. «El proceso de relectura de los fans da lugar a una elaboración progresiva del «universo» de la serie a través de deducciones y especulaciones que sobrepasan su información explícita » (Jenkins, 2010:182). Y sobre todo, consiguen alzar la voz y ser escuchados.

Se consigue el derecho a protestar en voz alta por las decisiones que van en contra de lo que ellos consideran deseable o apropiado. La contundencia con la que los fans expresan y defienden estas críticas radica en la conciencia compartida de la comunidad de fans; estas reivindicaciones sobre la verosimilitud y la coherencia del universo de una serie o sobre los méritos de un argumento determinado no son sólo el resultado de sus gustos personales, sino también del consenso crítico del grupo. (Jenkins, 2010:143).

2.3. ACTIVIDADES CREADORAS EN EL *FANDOM*

Para enfrentarnos a esta sección, vamos a centrarnos en las actividades del fan cuyo rol es el de creador y que se basan en una iniciativa personal del propio fan de crear algo nuevo, tomando de base aquello de lo que son fans. Mar Guerrero diferencia dos tipos de modalidades en las actividades de los fans en este punto, por un lado las divulgativas y por otro lado las creativas. Para poder tener una base más firme para la siguiente parte del trabajo, aquí nos centraremos principalmente en las creativas, pero sin excluir.

El objetivo de las modalidades divulgativas es dar a conocer el mundo narrativo a posibles nuevos fans y ordenarlo para los ya habituales en busca de respuestas, en lugar de ofrecer nuevos puntos de vista creativos. Pertenecientes a este aspecto divulgativo

están los *recaps* o resúmenes en cualquier formato y las wikis, enciclopedias virtuales colaborativas donde se almacena toda la información referente a ese universo de ficción (Guerrero, 2014: 251). Estas actividades pueden venir dadas por parte de los fans, pero evidentemente también pueden venir dadas por parte de los productores.

Sin embargo, como ya hemos dicho, en este trabajo nos vamos a centrar en las actividades creativas, donde destacan actividades como el *fanfiction*, el *fanart* o el *vidding* entre otras, cuya difusión ya era anterior al proceso de digitalización, pero que se han visto muy reforzadas por el mismo.

2.3.1. *FANFICTION*, LITERATURA FAN

Fan fiction is what literature might look like if it were reinvented from scratch after a nuclear apocalypse by a band of brilliant pop-culture junkies trapped in a sealed bunker. They don't do it for money. That's not what it's about. The writers write it and put it up online just for the satisfaction. They're fans, but they're not silent, couchbound consumers of media. The culture talks to them, and they talk back to the culture in its own language (Grossman, 2011).²⁸

De todas las actividades que se desarrollan dentro del *fandom* esta es seguramente una de las más importantes y desde luego la que más atención ha recibido por parte de las instituciones académicas, aunque en la mayoría de los casos ha sido por estudios propiamente literarios y no como parte importante de la cultura fan, o por lo menos ha sido así hasta la llegada de los nuevos estudios sobre la narrativa transmedia.

A. DEFINIENDO *FANFICTION*

La *o* el *fanfiction* o *fan fiction*²⁹, sin género determinado al trasladarlo al castellano, es un término de procedencia anglosajona como el propio *fandom*, pero que en este caso une o simplemente pone en la misma frase los términos *fan* y *fiction*. Un *fanfiction* es

²⁸ Traducción propia: El *fanfiction* es lo que la literatura podría ser si se reinventará a partir de cero después de un apocalipsis nuclear por una panda de brillantes adictos a la cultura pop atrapados en un búnker sellado. No lo hacen por dinero. No se trata de eso. Los escritores escriben y lo ponen en circulación sólo por la satisfacción de hacerlo. Ellos son fans, pero no lo son en silencio, atados al sofá consumiendo medios de comunicación. La cultura les habla, y ellos le hablan en su propio idioma.

²⁹ En este trabajo nos decantaremos por el término en masculino y por la palabra resultante de los dos términos, ya que aunque en los círculos académicos no hay acuerdo, tras navegar por la red en sus foros de expansión este es su uso más difundido entre los propios fans.

literalmente una «ficción de fans». También están sumamente difundidas, de hecho entre los fans se utilizan probablemente más, sus abreviaturas *fanfic* o simplemente *fic*.

A lo largo de este estudio nos hemos encontrado con varias definiciones sobre el fenómeno, aunque la mayoría sumamente similares, según Carmen Morán: «Se trata de una ficción creada sobre las pautas argumentales y los personajes de una ficción preexistente y conocida de antemano por los autores y los posibles lectores» (Morán, 2007: 32-33). Díaz Agudelo comenta que «La definición básica de un fanfiction es la de un relato escrito por admiradores (y detractores) de una ficción, tomando para su escritura los personajes, el ambiente y la trama de ésta» (Díaz Agudelo, 2009:9).

Por otro lado, Martos Núñez se enfrenta a la definición desde la literalidad, definiendo *fanfiction* como «ficción de fans» o *fanáticos* sobre una obra ya creada. Para continuar añadiendo que el *fanfiction*

...no es en absoluto privativo de un área específica, por ejemplo, la continuación de un libro o cuento, sino que se está dando a partir de productos de ficción en distintos lenguajes y soportes, ya sean películas, libros, series de televisión, cómics, juegos de rol, etc. (Martos Núñez, 2006: 65)

Por su parte Bárbara Abad Ruiz nombra en su artículo *Fanfiction: fomento de la escritura creativa a través de las formas de literatura emergentes* la definición que hace Martos García en su libro *Introducción al mundo de las Sagas*. «Por su parte, Martos García, identifica el término con la escritura *amateur* de relatos de ficción basados en productos de la Industria Cultural» (Abad Ruiz, 2011). Frente a esta definición Abad destaca el término *amateur* para diferenciar este producto de «los trasvases *oficiales* que las propias industrias pueden llevar a cabo a partir de distintas ficciones para ampliar sus beneficios» (Abad Ruiz, 2011) como podrían ser todas las novelas basadas en series de televisión y encargadas por los propios creadores.

Así mismo Mar Guerrero define los *fanfictions* como «textos escritos en prosa en su mayoría, cuya extensión comprende desde textos breves hasta novelas por entregas, donde se recrea un universo de ficción creado por una tercera parte» (Guerrero, 2014: 250). La autora también comenta que los *fanfictions* son la manifestación más común, realizada por los usuarios de las comunidades de fans y que debido al auge de las redes

sociales, también se consideran *fanfiction* aquellas narrativas desarrolladas a través de estas plataformas. Por ejemplo, el perfil en Facebook o Twitter de un personaje creado por un fan.

Para finalizar, hemos propuesto una definición propia, muy cercana, como no podría ser de otra forma, a todas las anteriores.

Los *fanfiction* son historias o relatos escritos por los fans, sin límite creativo tanto de forma, como de fondo, para dar una cierta continuidad a aquellos productos, ya sean libros, cómic, series, películas, videojuegos... o incluso personajes reales, de los que son fans.

B. ¿QUÉ MOTIVA LA CREACIÓN DE *FANFICTIONS*?

Los fans pueden ser muy pragmáticos y así lo muestra el hecho que remarca Jenkins al hacer notar que muchos fans empezaban a escribir *fics* en los años 90, para poder conseguir *fanzines*, puesto que los colaboradores obtenían una copia gratis del *zine* en el que habían participado (Jenkins, 2010:186), sin embargo consideramos que aparte de los motivos *comerciales*, un escritor de *fic* tiene que sentir algo más para empezar a escribir.

- *LA FRUSTRACIÓN*

En este momento, tenemos que volver a hablar de Henry Jenkins, en este caso de su cita en *Convergence Culture* sobre la dicotomía constante que presenta el *fandom* entre la fascinación y la frustración.

Después de todo, el mundo de los fans nace de un equilibrio entre la fascinación y frustración: si no nos fascinaran los contenidos mediáticos, no tendríamos ningún deseo de involucrarnos en ellos; pero, si no nos frustraran en algún grado, no sentiríamos el impulso de reformularlos y rehacerlos. (Jenkins. 2008:245)

Porque como exponente del mismo, el *fanfiction* presenta claramente este enfrentamiento. El fan tiene necesidad de reescribir, de rehacer o de continuar aquello que ama, en tanto haya algo que considere necesite ser cambiado o añadido.

La preferencia precisamente por ficciones madre no tan cerradas, en las que quedan cabos sueltos o cuyo modo de atar los cabos frustra al lector. Y este disfruta de esa frustración, que precisamente la que le espolea a crear. En lugar de acostarse y dormir bien tras leer o ver una ficción en que todo queda dicho por el autor, el fan pasa la noche en vela escribiendo, y diciendo, él, lo que desde luego nunca propondrá como final definitivo, como última palabra, sino solo como una de las muchísimas, probablemente infinitas, posibles soluciones de una historia. (Morán, 2007: 38)

No sabemos si el fan pasará la noche en vela o no escribiendo *fics*, o esperará a la mañana siguiente, pero lo cierto es que el concepto de *fanfiction* va «ligado preferentemente al de ficciones en el sentido de texto abiertos y especulativos» (Martos Núñez, 2006: 65), que sean susceptibles de ser continuados.

La cultura de los fans refleja tanto la fascinación del público por los programas como la frustración de los fans por la incapacidad de los productores de contar el tipo de historias que quieren ver. Los escritos de los fans reflejan claramente la dualidad de esta respuesta: los fans escritores no reproducen el texto principal sino que lo reescriben, corrigiendo o rechazando los aspectos que no les satisfacen, desarrollando intereses que no han sido suficientemente explorados. (Jenkins, 2010: 190)

- *EL AMOR POR ESCRIBIR*

Aunque la frustración resulta una motivación altamente efectiva, y gracias al *fandom* personas que seguramente nunca pensaron en escribir creativamente lo hicieron, uno de

los motivos más importantes que pueden llevar a escribir *fanfiction* es simplemente el de amar escribir y el desear hacerlo tanto de una forma *amateur*, como profesional.

Como en sus primeras épocas cuando Edgar Allan Poe y Julio Verne escribían relatos para los *fanzines* de ciencia ficción, de igual manera aspirantes a escritor o escritora encuentran en el *fandom* un lugar donde poder escribir y así depurar técnica, teniendo una cosa fundamental que, tal vez, de otra manera no tendrían, lectores y difusión...

- *EL RECONOCIMIENTO*

Una vez que se termina una obra y se cuelga en Internet, el motivo básico para que el autor siga reafirmando su conducta, es el *feedback* o la retroalimentación con los lectores de su obra. Lo que viene siendo el reconocimiento a su trabajo. Y es que en el mundo del *fanfic* existe el «reconocimiento verbal de los méritos del escritor a través de comentarios (*reviews*) y recomendaciones en los foros, y el respecto de la autoría intelectual, expresado en detalles como pedir permiso mediante un correo electrónico para reproducir una historia en páginas web distintas de las que el autor ha utilizado, etc.» (Morán, 2007:50). Y es que la imagen del autor de *fics* es respetada. Convirtiéndose en verdaderos creadores de opinión sobre el *fandom*, aquellos que consiguen cierta fama o reconocimiento.

Las mujeres que tienen trabajos de poco prestigio o que son amas de casa pueden obtener un reconociendo nacional e incluso internacional como escritoras y artistas fans: la publicación de obras puede convertirse en una fuente de estatus, un estatus no reconocido por los sistemas sociales y económicos dominantes, pero muy gratificante a nivel personal (Jenkins, 2010:186).

Volviendo a los comentarios que todo escritor de *fic* espera recibir, se espera que sean una crítica constructiva expresada en un lenguaje respetuoso y no ofensivo, que refleje los intereses compartidos de los lectores y escritores, contestando a preguntas como: ¿La historia es coherente con lo que sabes de este programa? ¿Los personajes y el diálogo son fieles al original? ¿La historia es original o más de lo mismo? ¿Te ha gustado? ¿Lo has entendido? Aunque también pueden ser armas arrojadizas en feudos de fans, estas cartas suelen ser actos de amistad en los que se respalda a nuevos

escritores o se ofrecen sugerencias sobre cómo los colaboradores pueden desarrollar más su talento (Jenkins, 2010: 189).

No hay escritores sin lectores... El *review*, el *feedback*, los comentarios, las felicitaciones son la forma que tiene el autor de saber que alguien le está leyendo. Por otro lado, *review* significa literalmente revisión del trabajo y es algo que todo escritor de *fic* desea y la propia naturaleza de la red facilita. Ciertamente es, que curiosamente cuanto más fácil es enviarlo, más complicado es conseguirlo. En las primeras épocas de los *fanfics* en Internet, en el *fandom* de *Expediente X*, por lo menos en lengua castellana, los escritores podían recibir largos correos electrónicos de desconocidos que hacían una revisión desmenuzada, más o menos correcta de su *fic*, alabándolos o todo lo contrario. En la actualidad los *kudos*³⁰, *favoritos*, *retuiteos*, *me gustan*... han sustituido a la crítica constructiva, reducida a los círculos más cercanos del escritor, pero dejando constancia de lo importante que sigue siendo el reconocimiento del trabajo del autor y la existencia del lector, para que el primero siga escribiendo.

Estos comentarios al autor no son nuevos, ni dependientes de Internet, de hecho muchos *fanzines* en los años 80 y 90 publicaban de forma periódica una sección de comentarios en la que se valoraba y respondía a las obras publicadas en otros números. Esta era una tradición propia de los grupos de ciencia ficción que tenía su origen en las columnas de cartas de las revistas *pulp* de Hugo Gernsback³¹. En estas cartas se proponían nuevas direcciones en el argumento de obras concretas o diferentes formas de contar una misma historia (Jenkins, 2010: 189).

C. ANTECEDENTES

El *fanfiction* no es a priori un texto creado digitalmente, no necesita de Internet para ser creado o difundido, o de un ordenador, o cualquier otro tipo de tecnología. Con algo donde escribir y algo con lo que escribir, su creación no debería de conllevar más problemas que el de la creatividad del autor.

Según escribe Carmen Morán en su artículo *Li(nk)teratura de kiosko cibernético: fanfictions en la red* «las *fanfictions* no participan (ni dependen) de una herramienta

³⁰ Los *kudos*, que literalmente y de una manera informal en inglés, significan bien hecho o felicidades es un botón que tiene el archivo de *fanfic* AO3 y que al apretarlo el lector muestra sin más necesidad de añadir nada, que el *fanfic* le ha gustado y que quiere dar la enhorabuena a su autor.

³¹ Escritor de ciencia ficción y nuevas tecnologías. Sus contribuciones al género de ciencia ficción, como editor, fueron tan significativas que, junto con H. G. Wells y Julio Verne, ha sido considerado como «El padre de la ciencia ficción».

novedosa, que sus orígenes son, prácticamente, pretecnológicos, artesanales, y que, además, con frecuencia demuestran una sorprendente fidelidad a las formas más convencionales, más asimiladas y asentadas de contar» (Morán, 2007: 31-32).

Por otro lado, no está del todo claro cuando se comenzó a utilizar esta terminología, pero...

La recreación de unas fuentes previas es algo tan connatural a la literatura que con razón se ha dicho que la Eneida pudiera verse como una suerte de *fanfiction* de Homero, en la medida en que las aventuras de Eneas son una continuación realizada por Virgilio del ciclo troyano. (Martos Núñez, 2006: 65).

Sin irnos tan lejos, en la literatura moderna las continuaciones de obras de éxito abundan, tanto *El Quijote* como *El Lazarillo de Tormes* las tienen. Y no podemos olvidar a las *Janeites* quienes publicaron «en 1913 una novela inspirada en las de su autora favorita» (García, 2015). Así mismo y sin alejarnos de Jane Austin, en el presente, podemos hablar de Seth Grahame-Smith y de su libro *Orgullo, Prejuicio y Zombies* (2009). No sabemos si Seth era o no fan de la obra de Jane Austin, pero lo cierto es que lo que él hizo en su libro fue reescribir la historia de las hermanas Bennet. Utilizó el texto original e incluyó su propia versión de la historia, convirtiendo a las hermanas en expertas luchadoras ninja. El libro fue todo un éxito, lo que hizo que Grahame-Smith repitiera concepto en *Abraham Lincoln, Cazador de Vampiros* (2010), donde hizo combatir al difunto presidente de los EE. UU. contra vampiros.

Cada vez parece más difícil dilucidar donde acaba el *fanfic* y donde comienza la obra literaria propiamente dicha. Parece ser que la diferencia la marca el dinero. A diferencia de los actuales escritores de *fanfic*, aquellos que hemos nombrado tenían en la mayoría de los casos pretensiones artísticas o económicas, de las cuales carecen la mayor parte de los autores de *fanfiction* actuales, pero esa idea se revisa cada cierto tiempo, como veremos más adelante.

Sin embargo hay una pregunta en el aire: ¿Dónde termina la literatura ‘seria’ y dónde comienza el *fanfic*?

D. EL PRESENTE. MÁS INTERNET

En su forma actual, es decir, como historias escritas por fans, dentro de una comunidad y sin ánimo de lucro (de una manera oficial) sobre un producto determinado, los *fanfictions* son un fenómeno propio del siglo XX. Seguramente los primeros fueron los que se relacionaban con el universo creado alrededor de la serie de televisión *Star Trek*, en los años 60 (Abad Ruiz, 2011). Estos *fanfic*, como ya hemos comentado, eran publicados en *fanzines* como *Spokanalia* conjuntamente con *fanart* y más cosas relacionadas con el *fandom*.

Sin embargo, según la Wikipedia el término *fanfiction* ya era usado anteriormente entre los fans de la ciencia ficción, para referirse a escritos hechos por fans publicados en *fanzines* sobre esa temática. Aunque no hemos encontrado más referencias a la utilización de esta terminología en este contexto.

Lo único que claramente parece diferenciar a estos *fanfiction* de *Star Trek* creados por los fans y publicadas en *fanzines* de los actuales, es la forma en la que se difunden: Internet.

Al aprovechar las amplias posibilidades que les ofrece la red, los autores de *fanfiction* han podido agruparse en comunidades en las que compartir sus trabajos, el acceso a esta práctica se ha hecho mucho más sencillo y, por lo tanto, el número de autores y de obras se ha multiplicado exponencialmente. (Abad Ruiz, 2011)

La red ha democratizado el *fanfiction* de una manera espectacular. En el pasado una historia de este tipo no podría distribuirse más allá del pequeño círculo de lectores de un *fanzine* (muchas veces por suscripción personal). La distribución no afecta a la obra en sí, pero las posibilidades de recepción aumentan tanto, que redimensionan la actividad (Morán, 2007: 33). Y es que según sigue contando Morán en su artículo «la mayor parte de los autores y lectores de *fanfictions* han conocido ya el fenómeno en la red». Internet ha cambiado «la magnitud de su alcance y las posibilidades de participación» (Morán, 2007: 40). En el pasado el fenómeno también tenía una gran repercusión, pero la difusión de los *fics* y otro tipo de *fanwork* llegaba a aquellos que, como ya hemos comentado, deliberadamente lo estaban buscando. El medio era el que era y daba, para

lo que daba. Aunque realmente el número de *zines* y *fics* era muy grande, Jenkins cuenta en uno de sus libros que a comienzos de los 90, si alguien abría un número de *Datazine*, una de las muchas revistas que servían de referencia para la información sobre *fanzines*, se encontraría historias de casi cualquier tipo y orientación basadas en docenas de series diferentes. Cada *fanzine* estaba repleto de *fics*; y no solo había un *zine*, sino docenas de ellos. Un número típico incluía unas doscientas cincuenta y ocho publicaciones diferentes, varias de las cuales llevaban treinta o más números publicados, y otras ciento trece publicaciones en fase de planificación (Jenkins, 2010:183).

De todos modos como también hemos comentado, aunque la distribución y publicación ha variado, la mayoría de los escritores de *fanfic* ha tomado en la red la forma tradicional de escribir historias, sin embargo la *World Wide Web* abre ante aquellos que quieran aprovecharlo un mundo lleno de posibilidades «el hipertexto permite un tipo de narración no lineal, un juego de hiperficciones diversas (por ejemplo, construir entre varios internautas una ficción o bien explorar posibilidades alternativas de un relato) » (Martos Núñez, 2006: 66). Y es que el potencial del nuevo universo narrativo es ilimitado.

A continuación reproduciremos un fragmento de una entrevista³² al escritor Hernan Casciari, creador de la blognovela *Los Bertotti* porque creemos que explica con claridad meridiana lo que significa crear en la red y lo que muchos escritores de *fanfic* ya están experimentando.

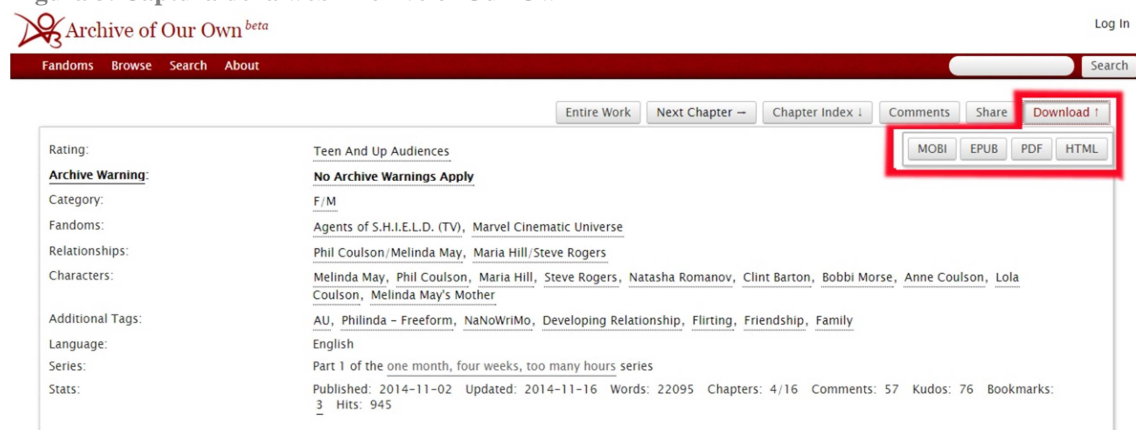
El narrador *online* es completamente diferente al tradicional, si es que decide utilizar todos los recursos que brinda el lenguaje multimedia. De lo contrario, no. Quiero decir: si un escritor desea publicar en Internet sus cuentos en vez de hacerlo en papel, sin que éstos tengan cambios con respecto a su origen natural, el rol del escritor será el mismo. En cambio, si el narrador utiliza el diseño y la programación como recursos argumentales, la cosa ya deja de ser un solo de guitarra y se convierte en una orquesta de cuatro instrumentos: escritura, diseño,

³² FRIERA, Silvina. *No sé cómo llegué al segundo capítulo* por Silvina Frieria para Página 12. 7 de diciembre de 2005. <http://www.pagina12.com.ar/diario/suplementos/espectaculos/2-1213-2005-12-07.html>

programación y *marketing*. Sobre el papel, lo mejor es describir las facciones de tu protagonista, hablar de su voz y de sus gestos. En Internet podés poner fotos o dibujos animados, las voces pueden oírse, los gestos multiplicarse. Hay un concepto audiovisual de la obra como complemento narrativo. Y, además, en la versión del escritor *online* es él mismo quien debe vender la obra, seducir al público para que se encuentre con ella. (Friera, 2005)

Aunque Internet dio al *fanfiction* una distribución fácil, cómoda y rápida, con la que no contaba anteriormente, y un nuevo mundo de posibilidades sobre su forma, no quita que el *fanfic* se pueda leer en papel, de una forma tradicional. Ha sido una costumbre bastante extendida por parte de los lectores de *fanfiction*; imprimir, encuadernar y así poder leer y disfrutar de estos relatos en cualquier lugar. Ciertamente es que a día de hoy, con la difusión de los eBooks y la democratización de los libros electrónicos, tabletas y sobre todo smartphones ya no hay necesidad. De hecho una de los archivos de *fics* más importantes de la red, del cual hablaremos ampliamente en el próximo apartado, *Archive of Our Own* da la oportunidad de descargar los *fics* en una buena cantidad de formatos para poderlos leer en el *smartphone*, libros electrónicos, tabletas o en cualquier ordenador que en ese momento no tenga acceso a Internet.

Figura 3. Captura de la web Archive of Our Own



Se puede entender el fanfiction como un claro ejemplo de una nueva forma de entender la cultura y la comunicación. La manera en que los receptores se relacionan con las obras enlaza directamente con las nuevas teorías de la

recepción. Umberto Eco, por ejemplo, afirma que toda lectura es abierta y que es el lector el que elige y completa lo que está leyendo. Roland Barthes defiende la idea del texto – lectura, cuyo significado no depende del autor, sino del diálogo entre éste y el lector. Pero este nuevo concepto de lector no está surgiendo solamente en la teoría, sino también en la práctica: el surgimiento de lo que conocemos como hipertextos, la transficcionalidad, etc. hacen necesario un lector mucho más activo, que tiene que reconstruir la ficción a través de manifestaciones en distintos lenguajes. Frente a la importancia de la obra, ha cobrado importancia el lector, que se instituye en constructor de la ficción a través de su intertexto lector (Abad Ruiz, 2011).

E. ¿DÓNDE ENCONTRAR *FANFICTION*?

Una vez pasada la fase de los *fanzines* en papel y de sus claras limitaciones a la hora de ser distribuidos, cualquier sitio puede ser bueno en la red para colgar un *fanfiction*. No hay que olvidar que el deseo de cualquier escritor de *fics*, como el de cualquier otro autor que escriba obras originales, es que su obra sea leída por el mayor número de personas posible. Así que no es de extrañar ver un mismo *fanfic* publicado en diferentes lugares.

Carmen Morán habla en su estudio sobre la distribución de los *fanfictions* a través de las listas de correo o grupos Yahoo! (Morán, 2007: 36), pero con el pasar del tiempo y de las nuevas formas de comunicarse en la red esa opción está en desuso, también es cierto que durante unos años los blogs personales, sobre todo los *LiveJournal*, eran enormes archivos de *fanfic* y *fanart*, sin embargo esta opción también empezó a desaparecer progresivamente, quedando presente a día de hoy en muy pocos casos y dando paso a plataformas de microbloggins, como Tumblr, que también, cada vez, está más en desuso.

Los fans siguen publicando *fanfic* en sus páginas o blogs personales, pero no es la opción más mayoritaria. Si el fan quiere ser leído tiene que encontrar un sitio donde otros busquen su trabajo. Solo los escritores de *fanfic* muy reconocidos van a recibir visitas en una página personal.

Opciones muy válidas son las páginas dedicadas a un *fandom* en particular, con una sección de *fanfiction* en su interior, vamos a poner dos ejemplos del pasado: por un lado la página de comienzos de siglo *Silverbug X Files* <<http://www.silverbug-x-files.com>> centrada en todo lo que tuviera que ver con la serie *Expediente X*; y la más reciente, pero también desaparecía *12th Precinct. Tu web de Castle en español* <<http://www.12thprecinct.com>>. La ventaja de estas webs es que están centradas en un *fandom* determinado, en un idioma determinado y son un sitio de reunión para todos los fans. Suelen convertirse en el centro del *fandom* y en el punto de encuentro de la comunidad, pero al ser llevadas por fans específicos, de *fandom* específicos, cuando estos empiezan a decaer las páginas suelen ser cerradas o abandonadas, perdiendo el material que se encontraba en su interior.

Por otro lado, nos encontramos con páginas de *fanfiction*, específicas de un *fandom* determinado, en esta categoría podríamos nombrar la *Fanfiteca Expediente X* <<http://lafanfiteca.net>>. La *Fanfiteca* nació a comienzos de siglo recolectando *fic*, principalmente en castellano, y tal vez con la idea de que no se perdieran todos esos relatos sobre *Expediente X* que se habían escrito a lo largo de los años y que se seguían escribiendo, los cuales corrían el riesgo de desaparecer conjuntamente con las webs de la serie, que iban perdiendo fuerza por esta época y más aún, años después, cuando la serie finalizó, por primera vez. Ellos mismos se definían como un archivo de *fanfics* y es lo que siguen siendo a día de hoy, un enorme archivo de *fics* sobre *Expediente X*, aunque se puedan encontrar más cosas sobre la serie.

Evidentemente pocos *fandom* o muy grandes pueden contar con estos archivos de *fics* personalizados, así que a día de hoy, septiembre de 2020, son varias páginas dedicadas a archivar *fanfiction* los sitios predilectos para su publicación. Páginas web dedicadas al *fanfiction* en general, en las cuales se incluyen tantas subcategorías (obras madre) como sus autores y lectores deseen.

FANFICTION.NET

Se puede encontrar en <<https://www.fanfiction.net/>> y se considera el archivo de *fanfiction* más grande del mundo, está *online* desde octubre de 1998, tiene actualmente más de 2 millones de usuarios, y alberga historias en más de 30 idiomas.

Los compartimentos en los que se pueden publicar o buscar *fanfics* empiezan con la diferenciación de si es un *Crossover*³³ o no, y luego las categorías son Anime/Manga, Libros, Dibujos animados, Cómic, Juegos, Películas, Obras de teatro/musicales, Series de televisión y en última instancia un compartimento estanco por si no se sabe dónde meter o buscar un *fanfic* llamado Miscelánea.

Tiene un apartado especial muy extenso con fichas de personas que se ofrecen como *betas*, diferenciándose por idioma y *fandom*. Un apartado de Foros para cualquier comentario sobre el *fandom* que se sigue y otro de Comunidad, donde se pueden crear comunidades con los *fics* que más interesen, juntándolos por temática específica, dentro del propio *fandom*.

No se tiene que estar suscrito a la web ni para leer, ni para comentar, pero sí para publicar o para poder mantener una «conversación» con los autores. La manera de subir *fic* es un poco complicada para principiantes, requiere conocimientos de inglés y de navegación *online*, no es demasiado intuitiva.

Tiene un sistema de *review* público y un correo interno para poderse comunicar entre afiliados a la página. También hay una sección de favoritos y otras para seguir a autores o *fics* determinados. Dentro del perfil de usuario hay una sección que muestra estadísticas sobre los que leen y comentan los *fics* de ese autor.

En 2003 prohibió los *fanfic* sobre personajes reales y también tiene prohibidos los *fics* que muestran sexo explícito. Los encargados de la página han borrado *fics* por este motivo, pero es muy difícil que con la cantidad de nuevos relatos que se cuelgan a diario, puedan controlarlo al 100 %.

Los *fandoms* con más cantidad de *fic* son: Harry Potter (Libros) con más de 825000; *Naruto* (Anime/Manga) con más de 432000 y *Crepúsculo* (Libros) con más de 221000 *fics*.

Tiene una página afiliada *FanfictionPress* <<https://www.fictionpress.com>> donde se pueden encontrar historias originales sin ninguna relación con el *fandom*.

³³ Encuentro de dos personajes y o ficciones distintas en una de ellas.

ARCHIVE OF OUR OWN – A03

Es un proyecto fundado y llevado a cabo por la Organización para las Obras Transformativas (The Organization for Transformative Works - OTW), que es una organización sin ánimo de lucro dirigida por y para los fans, para proporcionar el acceso y preservar los trabajos de los fans y la cultura fan. Se puede encontrar en la dirección <<https://archiveofourown.org/>>. Incluye no solo escritos, también arte gráfico, vídeos y podcast. Cada tantos meses se hace una campaña de donación para poder mantener la página y todas las demás de la organización.

En 2017, se estableció que Archive of Our Own albergaba más de tres millones de obras de más de 24600 *fandoms* diferentes y tiene 1176000 de usuarios registrados. En 2014 eran más de 16000 *fandoms*, más de 437000 usuarios registrados y más de 1373000 obras. Dentro de sus categorías incluye Anime y Manga, Libros y Literatura, Dibujos animados, Cómic y Novelas gráficas, Celebridades y personas reales, Películas, Música y Bandas, Otros Medios de Comunicación (radio, web series, blogs...), Teatro, Series de Televisión, Videojuegos y para aquello que no encaje en ninguna de las categorías anteriores un Sin categorización *fandoms*. Las obras se pueden colocar en más de un *fandom*, es una página que defiende mucho el *crossover*, de hecho el universo Marvel, con todos sus personajes sin importar el producto específico al que pertenezcan, es el más popular en esta página.

La web se encuentra en fase *beta* y se requiere una invitación para poder subscribirse y así disponer de todas las opciones de usuario. No hay que estar suscrito a la web ni para leer, ni para comentar, pero sí para publicar. Para conseguir una invitación hay que pedirla desde la página principal a los encargados de la propia web o conseguir que alguien ya suscrito la envíe. La web cuenta con estadísticas de visualización y reconocimiento de los *fics* y con la posibilidad de suscribirse a las historias o autores favoritos y recibir avisos cada vez que publiquen.

La manera de subir *fic* es fácil, muy intuitiva, requiere conocimientos de inglés, porque la página está enteramente en inglés. Tiene un sistema de *review* público y de *kudos*. El sitio está bien optimizado para los navegadores móviles, por lo que se pueden abrir y leer las historias en las *tablets* o incluso en los *smartphones* con facilidad, como ya habíamos comentado.

Archive of Our Own ganó dentro de la categoría de Mejor Obra Derivada el premio Hugo 2019³⁴, el galardón más importante del ámbito de la ciencia ficción y la fantasía

WATTPAD

Wattpad <<https://www.wattpad.com/home>> es una comunidad *online* para lectores y escritores que vio la luz en 2006. Esta plataforma no nació para dar cabida a los *fanfiction* o a ningún tipo de *fanwork*, pero a fecha de 2020, la mayoría de los autores más jóvenes de *fics*, sobre todo adolescentes, se reúnen y comparten su obra a través de esta plataforma. Además, tanto la ficción original, como los *fanfic* requieren una portada para su publicación, la que suele ser un *manip*³⁵ y las historias pueden ser acompañadas de otras imágenes y vídeos por capítulos.

Tanto para leer, como para escribir, o comentar, a diferencia de las páginas anteriormente nombradas hay que ser un usuario registrado, uno de los 65 millones que tiene esta comunidad. Otra diferencia importante, a tener en cuenta, que la diferencia de otras plataformas, es que el *fanfic* o relato se puede comentar por párrafos.

La plataforma ofrece un correo interno entre los usuarios de la propia plataforma y la oportunidad de participar en foros varios. Wattpad también cuenta con varios concursos pequeños, para animar y fomentar que sus usuarios escriban y se den a conocer y un concurso anual bastante grande que se llama Premios Wattys. 2018 fue el primer año que este concurso estuvo abierto a los escritores de *fanfic*.

F. DEL FANFIC A LAS LIBRERÍAS

Como ya hemos comentado con anterioridad, son un buen número de personas las que se adentran en el mundo del *fanfiction* por su amor a la escritura y con el claro deseo de poder escribir o publicar profesionalmente sus propias historias originales o cobrar por ello, en algún momento de su vida. Hay bastantes casos para mencionar, pero aquí destacaremos el caso de dos autoras que han sido ejemplos bastante significativos, por su relación con el *fanfiction* desde principio a fin y por su éxito reconocido, y por otro lado hablaremos de un intento fallido de monetizar los *fanfics*.

³⁴ La organización y supervisión de los premios corre a cargo de la Sociedad Mundial de Ciencia Ficción (WSFS), organizadora de la Convención Mundial de Ciencia Ficción (Worldcon)

³⁵ Un montaje de imágenes tanto fijas como en movimiento.

FRANCISCA SOLAR

Fue muy sonado en su día el caso de Francisca Solar, quién se hizo famosa por escribir *fanfic*. Francisca tenía 21 años cuando leyó *Harry Potter y la Orden del Fénix*, quinto libro de la saga escrita por J.K. Rowling. Fue tal su decepción que decidió escribir su propia versión del sexto libro, de allí nació *Harry Potter y el Ocaso de los Altos Elfos* escrito por Frances Káesar, su *nick*, y publicado en *Fanfiction.net*. Esta versión propia del sexto libro recibió más de 80000 visitas en un escaso número de tiempo, para leer las 800 páginas del *fanfic*. Las buenas críticas llegaron desde diferentes partes del mundo, pero la que más cambio su vida fue la recibida por parte de la editorial *Random House Mondadori* quién tras conocer su éxito y su obra a través de la red le encargó una trilogía de obras propias.

Con 23 años ya había publicado *La Séptima M* una novela original que fue presentada en la feria del libro de Frankfurt y que gira en torno a una misteriosa serie de suicidios entre los jóvenes de una comunidad ficticia. Desde entonces se ha especializado en libros infantiles, *Igual a mí, distinto a ti* (2008), *La asombrosa historia del espejo roto* (2009) y *Sobre Ruedas* (2013). Entre medias escribió la segunda parte de *La Séptima M*, *El Hada de las Cadenas* (2011) dentro de la saga *Viceversa*, este libro es la primera novela chilena hecha exclusivamente para formato digital. Después de todo, parece seguir sintiéndose orgullosa de su *Harry Potter y el Ocaso de los Altos Elfos*, ya que se puede descargar desde su web. El *fic* tiene en la actualidad más de 1 millón de lectores en todo el mundo y ha sido traducido al inglés y al italiano.

Según declaraciones a BBC Mundo, Francisca hablaba así del fenómeno fan y del mundo del *fanfic* poco después de la publicación de su primer libro:

Lo que yo hice tiene más que ver con lo que el fan quería leer, porque yo soy fan. Antes de ser escritora, antes de ser Francisca, soy fan, y como fan quería leer lo que escribí. (...) Todo lo que sé sobre literatura, sobre escribir, lo aprendí del mundo del *fanfiction*. Se lo debo todo. (Henríquez, 2007)

Y esto es lo que se podía leer en su página web «disfruto mucho promoviendo la lectoescritura en niños y jóvenes y “evangelizando” sobre los beneficios de practicar *fanfiction*».

- E.L. JAMES

Mucho más famoso y reciente es el caso de la escritora Erika Leonard, más conocida por su seudónimo E. L. James escritora de la trilogía multimillonaria *Cincuenta sombras de Grey*. Dejando a un lado el valor literario de la obra, que ha sido más de una vez puesto en duda y de la visión machista de toda la obra, James descubrió lo que el público quería leer y su trilogía se convirtió en el fenómeno editorial de 2012 y 2013.

Al comienzo, *Cincuenta sombras de Grey* fue un *fanfic* basado en la serie de novelas romántico vampíricas de *Crepúsculo*, aunque ahora, parece ser, que la autora lo ha negado. Sin embargo, originalmente, los nombres de los protagonistas eran Isabella y Edward. Este *fanfic* se llamaba *Master of the Universe* y Erika lo escribió entre los años 2009 y 2011 bajo el seudónimo de Snowqueens Icedragon, publicándolo en su página web personal y en Fanfiction.net. Se comenta que autora y editores crearon una readaptación de los escritos originales eliminando las referencias a la trama de la saga *Crepúsculo* y posteriormente rebautizaron la historia como *Fifty Shades of Grey*, traducida al castellano como *Cincuenta sombras de Grey*. El resto es historia, 40 millones de copias del libro vendidas en todo el mundo y 3 películas con éxito de taquilla.

A petición de la editorial que adquirió los derechos de publicación del libro, *The Vintage de Random House*, los relatos fueron retirados de la web ante la posibilidad de que su existencia pudiera causar algún tipo de conflicto durante la comercialización de la novela. De todos modos, de poco sirvió que *The Vintage* afirmara a posteriori que la saga de *Cincuenta Sombras de Grey* era una obra completamente original cuyo contenido difería sustancialmente de los relatos de *fanfiction* conocidos como *Master of the Universe*, aunque reconocía tener conocimiento de que había nacido como una obra de *fanfiction*, ya que ya se había difundido la noticia de que un *fanfiction* se había convertido en el best seller del año.

La editorial afirmó que E.L. James había aportado toda la información necesaria para demostrar que *Cincuenta Sombras de Grey* y los relatos de *fanfiction* eran en realidad dos obras independientes que habrían sido elaboradas de forma paralela, pero hay

páginas en la red, como la que hemos consultado *Trilogía Cincuenta Sombras*³⁶ que desgrana cada párrafo tanto del libro como del *fanfic*, encontrando frases idénticas en ambos textos menos por los nombres. Y es que lo que se publica en la red, no tiene por qué quedarse allí para siempre, pero será siempre de dominio público.

- **KINDLE WORLDS**

Kindle Worlds fue un proyecto que desarrolló Amazon desde mayo de 2013 hasta agosto de 2018. Viendo que claramente había un público dispuesto a consumir *fanfics* y otro dispuesto a crearlos, dio un paso más allá y adquirió las licencias de explotación de algunas series, cómics y novelas que gestionaba la Warner Bros, como la serie *Veronica Mars*, de la que ya hemos hablado, o la serie *Gossip Girl* (2007-2012), para que los escritores de *fics* pudieran escribir y vender legalmente sus *fanfics* auto editados a través de su plataforma.

Figura 4: Captura de la página web de inicio donde se desarrollaba el proyecto Kindle Worlds



El proyecto estuvo en marcha durante unos cinco años y no nos atrevemos a aventurar porque fracasó o se dejó de apostar por él. Claramente esta política comercial entraba en conflicto con lo que es el *fandom* y lo que representa el *fanfic* dentro de la cultura fan, pero también es cierto que durante años, como ya hemos comentado, escritores de todo tipo han escrito libros basados en libros, cómics y series de televisión por encargo de los propios creadores de las ficciones originales, pagando las licencias oportunas o

³⁶ Enlace directo a la entrada de la página donde se desgrana el fic y la novela: <<http://www.trilogiacincuentasombras.com/sabias-que-originalmente-cincuenta-sombras-de-grey-nacio-como-un-relato-erotico-basado-en-la-saga-crepusculo>>

aprovechando vacíos legales. Por otro lado, también es cierto que la plataforma, según los propios usuarios nunca terminó de funcionar del todo bien.

2.3.2. FANART, EL ARTE FAN

Aunque no hay tanta bibliografía sobre el *fanart* como la hay sobre el *fanfic*, su historia está interrelacionada a lo largo del tiempo y muchas de las cosas que hemos dicho en el apartado anterior son válidas para esta actividad.

Son dos de los *fanwork* tradicionales, trabajos que se podían realizar en la soledad, sin necesitar ningún tipo de instrumento tecnológico, con lápiz y papel era suficiente. Ayudan y ayudaban al fan a reescribir la realidad de aquello de lo que eran o son fan. Su distribución nació de la mano de los *fanzines*, el siglo pasado, y la llegada de la era de Internet disparó su creación y distribución. En este caso también multiplicó sus posibles técnicas de realización, pudiendo digitalizar las antiguas obras de arte realizadas en papel, o facilitando de una forma relativamente simple la manipulación de fotografías y capturas.

A. DEFINIENDO FANART

Como en el caso del *fanfiction*, el término *fanart* o *fan art* es de procedencia anglosajona y simplemente une las palabras inglesas *fan* y *art* (fan y arte), lo que nos deja un significado simple como «arte fan» o ligeramente más elaborado como «arte hecho por fans», que es literalmente lo que quiere significar. Escribirlo junto o separado entra en el gusto de quien lo escribe, y suponemos que el hecho de convertirlo en una sola palabra viene más de la comodidad y la costumbre, que de otra cosa. Aquí lo vamos a escribir junto, porque es como estamos acostumbrados a leerlo.

A continuación añadiremos algunas de las definiciones encontradas a lo largo de nuestra investigación, para García de Pablos el *fanart* es un «trabajo gráfico realizado por un fan. Incluye dibujos, cómics, iconos, fondos de pantalla, etc. » (García de Pablos, 2011). Por su lado Mar Guerrero lo define como «manifestaciones artísticas que toman como base obras existentes en la cultura de masas. Se incluyen desde pinturas y dibujos a mano alzada hasta montajes con editores gráficos a partir de las imágenes de una serie, por ejemplo» (Guerrero, 2014: 251).

Por último y como en otras ocasiones aportaremos lo que la *Wikipedia* tiene que decir al respecto:

Aquellas obras de arte, principalmente visuales, que están basadas en personajes, épocas, vestuarios u otros que el artista toma de universos previamente creados por un tercero. El término usualmente se refiere a las imágenes construidas por este medio, creadas con el objetivo de generar nuevas narraciones - ya sea por medio del dibujo de cómic, la ilustración o la fotografía- con los elementos de historias previamente existentes, por lo general pertenecientes a la cultura de masas y a los medios de comunicación. (...) Es un derivado visual de otros medios que necesariamente no lo son, como cómics, libros o películas, pero también indica que la creación dentro de este género está subordinada a un elemento de un universo previo que el fanático adopta y que le sirve como regla y punto de partida para proponer una nueva creación. (Fandom, s.f).

Lo que querríamos destacar en este apartado es la no exclusión de otras obras de arte que no sean exclusivamente imágenes, aunque realmente las imágenes sean la representación más típica del *fanart*. Si en su primera instancia el *fanart* es arte hecho por fans, lo natural sería incluir esculturas y otro tipo de representaciones artísticas y no olvidarnos de su importancia, cosa que se puede hacer con facilidad ya que son un *fanart* menor, no por calidad, si no por difusión. Y es que evidentemente a través de Internet solo tiene cabida la difusión, se haga lo que se haga, del *fanart* convertido en imágenes digitales.

B. ¿QUÉ MOTIVA A LA CREACIÓN DE *FANART*?

En este apartado podríamos repetir punto por punto lo comentando en el anterior, donde hablábamos del *fanfiction*, empezando por el hecho de que hubo fans que comenzaron a realizar *fanart* para autofinanciarse los *fanzines*, ya que los colaboradores de estos, tenían una copia gratis. De todos modos, esto podemos saberlo gracias a esta distribución primigenia del *fanwork*, porque si alguien realizaba *fanart* o *fanfiction* anteriormente quedaría en su privacidad o como mucho en su círculo de amistades.

De todos modos como ya comentamos, los motivos principales para la creación de *fanart*, al igual que de *fanfiction* son:

LA FRUSTRACIÓN

Los fans a través de su arte pueden reescribir o crear aquello que quieren ver en la pantalla o en el papel, pero que no lo consiguen en la realidad y es que como ya hemos comentado, la cultura de los fans refleja tanto la fascinación del público por los programas, como su frustración por la incapacidad de los productores de contar, exactamente, el tipo de historia que quieren ver (lo que por otro lado sería imposible, porque cada fan tiende a ver su *fandom* desde una perspectiva diferente).

El poder dibujar aquella escena que desearías ver, o manipular una fotografía o un grupo de ellas para que cuenten la historia que estás deseando que te cuenten, es sin lugar a dudas un filón para la creatividad del fan.

EL AMOR POR CREAR

Hay fans que lo son primero y luego se convierten en fan artistas. Hay artistas que lo son primero, y que al convertirse en fan encuentran un mundo concreto en el cual crear nuevas obras. Un mundo de inspiración inagotable. Si el fan está aprendiendo a dibujar o a manejar un programa de edición de imágenes, o ya lo sabe manejar, el *fandom* le dará una temática y un público. A los creadores les gusta crear, tener un mundo ya organizado donde sus obras serán valoradas, no solo por su calidad artística, si no por su transcendencia significativa es solamente un plus que fomenta la creatividad.

EL RECONOCIMIENTO

El *feedback* no está tan extendido en el mundo del *fanart* como en el del *fanfic*, pero no por eso el reconocimiento es menor. Todo el mundo conoce los nombres o *nick* de los grandes creadores de *fanart* y sus obras son retuiteadas una y otra vez en todas las redes sociales, incluso por los actores que personifican, con miles de visitas y de «me gusta», e incluso con la oportunidad de vender sus trabajos.

Figura 5. *Fanart* de *Castle*

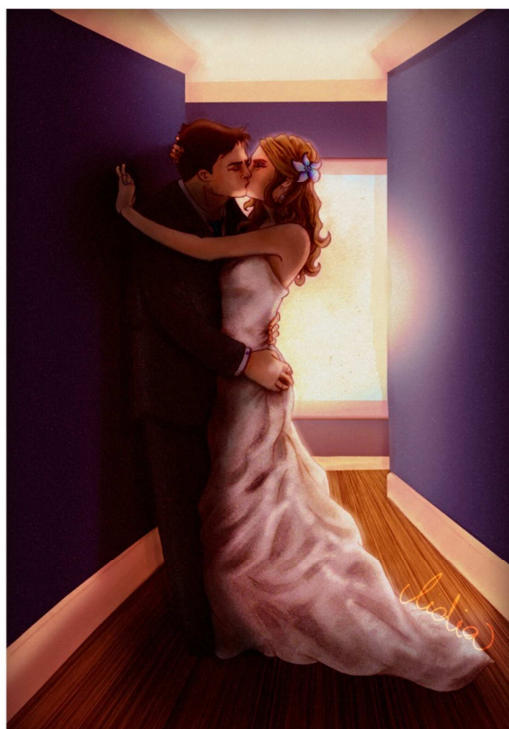


Ilustración reproduciendo una posible escena, nunca sucedida en la serie *Castle*. *Fanart* creado por la fan artista Lizeeeee.

Por poner un ejemplo internacional, a día de hoy, casi nadie dentro del *fandom* de superhéroes, tipo DC o Marvel, no conocerá la obra de Lord Mesa, quién se define así mismo en su página de Facebook como «Freelance Illustrator and Toy Designer. A hardcore fan of all things geek and nerd!!». Lord Mesa se ha hecho increíblemente famoso en la red, en los últimos tiempos, por sus dibujos y viñetas sobre todo de las series *Arrow* (2012 - 2020) y *The Flash* (2014 - actualidad).

C. ANTECEDENTES

Pablo Picasso creó en 1957 una serie de 58 cuadros realizando un análisis exhaustivo, reinterpretando y recreando varias veces *Las Meninas* de su admirado Diego Velázquez. Si anteriormente comentábamos que la recreación de fuentes previas era algo connatural en la literatura, cómo no destacar que también lo es en el mundo del arte. ¿Cuántas versiones hay de *La Anunciación*? ¿Cuántas del cuadro de Leonardo DaVinci *La mona Lisa*? Imitar estilos. Reinterpretar historias. ¿No era el trabajo de los aprendices dominar las técnicas de sus maestros y mejorarlas? El mundo del arte está lleno de admiradores que quisieron copiar o mejorar a los grandes artistas de su tiempo o tiempos pasados. Artistas que se alimentaron una y otra vez de las mismas fuentes.

No podemos ajustar en el tiempo quien fue el primer fan que dibujó, a por ejemplo, Sherlock Holmes tal y como él se lo imaginaba, lo único que podemos suponer es que seguramente ya hubo *fanart* antes de que los *fanzines* consiguieran que este tipo de arte se distribuyera.

D. EL PRESENTE, MÁS INTERNET, MÁS PHOTOSHOP

La forma de escribir *fanfiction* no varió cuando las obras pasaron del papel a la pantalla, el nuevo mundo digital daba oportunidades híper textuales que según la mayoría de los expertos no fueron aprovechadas a la hora de la verdad, salvo excepciones, se escriben relatos como se han escrito siempre. No fue así con el *fanart*, cierto es que sigue habiendo fan artistas que crean sus obras de arte de la forma tradicional y que luego simplemente digitalizan el producto final, lo fotografían o escanean, para poderlo pasar al nuevo medio y que así pueda ser distribuido y difundido con más facilidad, pero ese ya no es el caso más común.

Aún se puede dibujar en la pantalla de la misma forma en la que se dibuja en el papel, creando imágenes de mapa de bits, con sus píxeles, que serían las mismas que se conseguirían al escanear un dibujo hecho a mano. Sin embargo, también se puede

dibujar con imágenes vectoriales, que dan la posibilidad de, por ejemplo, hacerlas más grandes o más pequeñas dependiendo de las necesidades, sin que esto conlleve ninguna pérdida de calidad de la imagen. Y luego están, las completamente nuevas formas de *fanart*, de la mano de programas de edición y retoque de imágenes, cierto es que los collage fotográficos no son nada nuevo, aunque ahora su realización es mucho más simple, pudiendo crear un resultado final mucho más complejo. Pero por ejemplo, los *gifs* sí que fueron una novedad, *GIF* es un acrónimo de Graphics Interchange Format, que en castellano sería algo así como formato de intercambio de gráficos y que consiste en un algoritmo que consigue una buena compresión y codificación de las imágenes, al mismo tiempo que las permite juntarse para dar la sensación de movimiento, para crear animaciones. El término *gif* en la actualidad tiene entonces dos acepciones, las del formato con la que se realizan las animaciones y las propias animaciones en sí.

Los *gifs* han sido usados principalmente en la red como carteles «luminosos» publicitarios, aunque en el *fandom* se les ha dado otras muchas funciones aparte de la publicitaria, no solo estéticas, sino también como una posibilidad real de reinventar y contar pequeñas historias, destacando momentos clave de los personajes de un *fandom*. Y es que su principal utilidad sigue siendo el despliegue de imágenes animadas para páginas web, al ser el único formato soportado por multitud de navegadores que permita dicho efecto. Las redes sociales han provocado una nueva edad de oro en este formato, que había perdido terreno, frente a otros de alta resolución para las fotografías. Las redes sociales que permiten las animaciones, han hecho que el *gif* animado vuelva a ser un formato muy utilizado, por su sencillez de edición y poco peso frente a los vídeos.

Por otro lado, lo que ha aportado Internet al *fanart*, aparte de una forma de difusión mucho más amplia, ha sido formación y material. El mundo del *fandom*, por lo menos el del *fandom* en series de televisión USA, es colaborador por definición. Los tutoriales con instrucciones precisas para la creación de todo tipo de *fanart* fueron difundidos abiertamente por la red y siempre suele haber respuesta ante una duda. Las páginas en las que hay capturas, fotogramas de series... son numerosas. Aparte de páginas con nuevas texturas y *brushes* (brochas o pinceles para programas como los nombrados anteriormente), para la creación específica de este tipo de arte. Aunque cierto es que todo esto viene heredado de otro tipo de comunidades en red, las de los amantes del diseño gráfico.

E. ¿DÓNDE ENCONTRAR *FANART*?

Como ya hemos visto en el caso del *fanfiction*, los lugares de publicación de *fanart* también han variado mucho a lo largo de los años y muy rápidamente, pero al contrario de lo que ha pasado con los *fanfics*, no ha sobrevivido ninguna página o plataforma que sea un gran archivo de *fanarts*.

Hace unos años la plataforma de microbloggins Tumblr parecía ser la elegida y favorita de los fans, pero ahora casi todos sus fan artistas la han abandonado, al igual que en su momento abandonaron los blogs de Livejournal. Durante una época parecía que los fan artistas que se fueron de Tumblr, llegarían a Pillowfort, pero la plataforma no llegó a despegar. DeviantArt tuvo su momento, pero los fan artista tampoco se quedaron. Sigue habiendo páginas dedicadas a ciertos *fandoms* que acogen todo el material que se desee sobre ellos, aunque esta tampoco es una tendencia en alza. Y las páginas personales, tan imprescindibles en otro tiempo para los artistas visuales, han sido sustituidas poco a poco por las redes sociales.

El *fanart* a día de hoy no se agrupa en ninguna plataforma o web, los lugares donde más *fanart* se puede encontrar, son los lugares donde se puede encontrar todo lo demás. Twitter e Instagram se han convertido en el escaparate de muchos fan artistas, pero con esta poca centralización y por la misma idiosincrasia de estas redes sociales, mucho material nunca llega a los ojos de quien lo busca. No creemos, que a estas alturas ni Twitter, ni Instagram necesiten mucha explicación, son redes sociales, que en un principio no le aportan un valor añadido al *fandom*.

El único lugar donde el fan artista encuentra su lugar en estos momentos, puede ser alguno de los grupos que se crean en la plataforma *Discord*. *Discord* es una plataforma social destinada a crear grupos, tampoco es un lugar que se creara específicamente para la difusión de *fanart*, pero muchos fans han encontrado en estos foros cerrados su lugar para compartir su experiencia fan, con otros artistas del *fandom*. Pero al necesitar para participar en esta plataforma, una invitación al sitio, no está al alcance de todas las miradas fans, es un lugar para fan artistas, un sitio para compartir el *fanart* y todo tipo de comentarios sobre su *fandom*, pero solo entre iguales.

F. TIPOS DE *FANART*, INTENTANDO TIPIFICAR

Resulta difícil, por no decir imposible, catalogar todos los tipos de *fanart* que hay. Incluso es dudoso que algunos, ni siquiera tengan nombre o una definición clara al

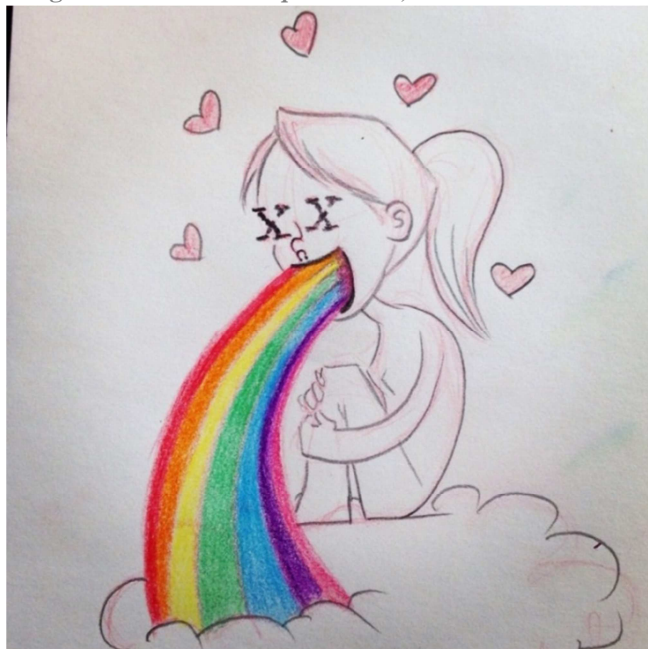
margen de lo que quiera demostrar o significar el autor con ellos. Por otra parte, las técnicas no dejan de evolucionar y variar y cada día aumentan los programas de pago o gratuitos que permiten la manipulación de imágenes, respecto al *fanart* gráfico.

Por lo tanto, lo que viene a continuación, es un intento por presentar algunas categorías a partir de las cuales, se intenta mostrar la amplitud y variedad de trabajos que pueden englobarse en cada tipo.

POR SU FORMA DE SER REALIZADOS

- **Tradicional o manual.** Ya sea un dibujo, una escultura, o una performance... no se necesita un instrumento tecnológico para su realización. Luego el producto puede ser escaneando o fotografiado para poderlo pasar a formato digital, si se quiere, pero no necesariamente.
- **Digital.** Con un ordenador y diferentes programas de diseño o ilustración, como los que ya hemos nombrado, o incluso en la actualidad con una impresora 3D, se puede crear una imagen o un objeto de la nada, o tomando de base otras.
- **Mixto.** El trabajo final estará realizado con una mezcla de las técnicas tradicionales y digitales.

Figura 6. *Fanart de Expediente X, autoretrato*



Autorretrato de la fan artista Lizetttttt, interpretando lo que sintió al enterarse de la confirmación de la nueva temporada de *Expediente X*. Dibujo realizado con lápiz y pinturas, y más tarde fotografiado. Su disciplina artística es la ilustración y su utilidad es la de intentar demostrar emociones.

POR SU BASE DE CREACIÓN

- **La ilustración.** Retratos, cómics (una mezcla entre *fanart* y *fanfiction*, o una actividad en sí misma), ilustraciones basadas en escenas reales o imaginarias, etc.
- **La fotografía.** Fotomontajes o collages, *gifs* animados, fotonovelas (mezcla entre *fanart* y *fanfiction*), etc.
- **La escultura.** Se llama escultura al arte de modelar el barro, tallar en piedra, madera u otros materiales. Hace unos años el fimo³⁷ se puso muy de moda, ideal para moldear *fanart*. La creación de Funkos, depende del método que se utilice también se puede incorporar aquí. Entra dentro de cada uno considerar esto un tipo de escultura o simplemente una manualidad. Pero el trabajo artístico es visible.
- **Otros.** Las creaciones con gomitas, ganchillo (amigurumi), Hama Beads³⁸...

Figura 7. *Fanart de Pitch Perfect, muñeco tipo funko de Chloe Beale*



Customización, moldeado, pintura y *packaging* del Funko Pop del personaje de las películas *Pitch Perfect*, Chloe Beale. Creada por la fan artista Slayerrrr. El personaje está realizado a través de una técnica manual, utilizando otro Funko como base. Su disciplina artística es la escultura (modelado y pintado), es una representación del *canon*, su utilidad es estética y fue un regalo de cumpleaños para otra fan.

³⁷ Marca registrada de una pasta para modelar que se endurece al calentarse en el horno.

³⁸ Marca de unas pequeñas piezas de plástico de diferentes colores, con las que se pueden componer diferentes imágenes, imitando a los píxeles.

*POR SU POSICIÓN RESPECTO AL CANON.*³⁹

- **Representan la realidad del producto.** Representaciones o retratos de los personajes, de los escenarios típicos, recreación de escenas icónicas. La lectura de estas obras no comprende algo que no se haya dicho en la obra madre anteriormente.
- **Reinterpretan la realidad del producto.** En la obra de arte se muestra una reinterpretación de lo que ocurre en la obra madre, se muestran los anhelos del autor y lo que desearía ver en aquel producto del que es fan.

Figura 8. *Fanart de El Ministerio del Tiempo, Tiempo de Hidalgos*



Cartel del capítulo *Tiempo de Hidalgos* de la serie *El Ministerio del Tiempo*. Creado por el fan artista Mikel Navarro. Es un trabajo 100 % digital, teniendo por base fotografías de Tamara Arranz y editado con el programa Photoshop. Su disciplina artística es la fotografía. Es fiel al *canon*. Su utilidad aúna la estética con la promoción de un capítulo. Formó parte del proyecto transmedia de *El Ministerio del Tiempo*, el cartel se podía encontrar en la tienda de *merchandising* oficial de la serie.

³⁹ Algo considerada oficial dentro de un universo de ficción. Algo que han decidido que es así los creadores o encargados del producto.

POR SU USABILIDAD

En este caso un *fanart* puede ser usado para varias cosas distintas, pero complementarias.

- **Representar o mostrar sentimientos:** Dentro del *fandom*, como en la vida, se viven momentos bonitos y tristes. Por ejemplo, un GIF animado con gente riendo, llorando o gritando puede mostrar muy visualmente el sentimiento de un fan en un momento dado.
- **Como complemento necesario para una página web o blog,** el ejemplo más básico sería un *header*, la imagen de cabecera del blog, por ejemplo. O también un icono, que suelen ser pequeñas imágenes que representan e identifican al fan en la red, o los blog, o redes sociales. La imagen del usuario.
- **Como complemento para ordenadores, tablets o smartphone,** destacando en esta sección los *wallpaper* o fondos de escritorio.
- **Como material para difundir una campaña o concurso relacionado con el *fandom*,** en este caso se utilizaban mucho hace unos años los banners, que directamente desde el mundo de la publicidad, se podían colocar de firmas en foros y blogs para reivindicar cualquier campaña fan o cualquier idea fan.
- **Como parte del portfolio del artista,** material creado para la autopromoción del autor.
- **Para felicitar u homenajear. Como premio o distinción.** Para felicitar a alguien por su cumpleaños, por Navidad...
- **Otros.** Lo que la imaginación pueda dar de sí.

POR SU PROCEDENCIA

- **Una idea original del autor.**
- **Un encargo o comisión hecho al autor.** El fan artista puede realizar el encargo de manera altruista, como regalo, o por una compensación económica o de otro tipo.

Figura 9. *Fanart de Star Wars, Rey y Ben en el otoño*



Ilustración creada por la fan artista Mrs.Mancuspia. Comisión para un *fanfic* en donde Ben y Rey, personajes de la saga *Star Wars*, se encuentran cerca de un río. Dibujado con Photoshop e Intuos wacom, se experimentó con la textura del fondo, especialmente el pasto y agua.

2.3.2. *VIDDING*, LOS VÍDEOS DE LOS FANS

El *fanvid* durante un tiempo se consideró en parte *fanart*, cosa que no se puede rebatir, ya que todo lo que significa *fanart* es un contenedor estanco, tal vez demasiado grande. La verdad es que es difícil diferenciar entre algunas actividades y más con el desarrollo de las nuevas tecnologías, las cuales cada vez dificultan más la existencia de las disciplinas o actividades puras, ya que cualquier técnica es buena para conseguir el resultado que el fan se haya propuesto conseguir, en el medio que sea. Nadie necesita etiquetar su trabajo 100 %, solo llegar a mostrar lo que desea, su objetivo, lo que quiere ver en la pantalla y lo que quiere que eso les haga sentir a quienes lo vean.

De todos modos el *fanvid* o *vidding* se ha ganado su apartado propio en el mundo de los fans, tiene sus propios principios y su propia historia, y si en la actualidad su nomenclatura se puede confundir con alguna es más con la actividad de *fanfilm*⁴⁰, la cual será explicada más adelante. Lo cierto es que en la actualidad y con el desarrollo de las nuevas tecnologías, que ponen en la mano de cualquiera que tenga un *Smartphone*,

⁴⁰ Un *fanfilm* es «una película o cortometraje realizada por fans teniendo como base un texto ya existente» (García de Pablos, 2011).

tanto el arte de grabar, como el de montar y editar imágenes de una forma relativamente simple, es normal que las dos modalidades se desdibujen.

A. DEFINIENDO EL *FANVID* Y EL *VIDDING*

Los *fanvid* son vídeos editados o montados por fans con imágenes o vídeos preexistentes, en su mayor parte, de las series o películas de las que son fans, pero también con imágenes y músicas tomadas de otras fuentes, todas las que sean necesarias para conseguir el significado final que el fan desea, son «contribuciones artísticas que, en su forma más extendida, combinan música y escenas específicas de una o más series, o películas» (Guerrero, 2014: 251). Su principal característica es que las imágenes con los que se crean fueron tomadas de los productos originales. En sus diferentes variantes los *fanvid* pueden ser de varios tipos: vídeos musicales o videoclip; trailers, anuncios, falsas promos; cabeceras o *intros*; también los hay del tipo *recaps*, entre otros más difíciles de definir. El proceso de creación de estos vídeos se conoce como *vidding* y a los fans que los editan y crean se les conoce como *vidders*.

Los vídeos de los fans son, ante todo, un arte narrativo. Las imágenes seleccionadas no solo extraen su significado de narraciones preexistentes, sino que los vídeos también reflejan estructuras dramáticas y se estructuran desde el punto de vista de personajes concretos siempre con una intención clara (Jenkins, 2010: 266). Los vídeos juegan en muchos casos con la habilidad del lector de ver cómo las imágenes contribuyen a crear una nueva narración y despiertan recuerdos de su estatus en un contexto muy diferente (Jenkins, 2010: 259). A través del *vidding*, el creador puede explorar un personaje, apoyar a una pareja romántica, en general, criticar o celebrar cualquier aspecto importante del producto original o incluso crear otro. Dentro de los vídeos musicales se pueden encontrar equivalentes a la mayoría de los géneros de *fanfiction*, desde historias *slash* hasta *crossover* y es que, muchos vídeo artistas tenían experiencia anterior como escritores (Jenkins, 2010: 261). Son vídeos de realidad construida, mezclan universos y pueden crear otros propios.

B. ANTECEDENTES

El primer *fanvid*, o algo parecido a ello, data de 1975 cuando Kandy Fong, una fan de *Star Trek* puso en una convención música en un radiocasete a un pase de diapositivas con instantáneas de la serie, desde ese momento hasta hoy en día muchas cosas han cambiado, aunque apenas el espíritu y el entusiasmo que los *vidders* le dedican a su

trabajo. Eso sí, es claro que el desarrollo y evolución del *vidding* está marcado por «la influencia de tres tecnologías distintas: las herramientas de edición domésticas; la evolución de los formatos y medios en los que transmitir los *vids*; y el modo de comunicación entre los *vidders* » (García de Pablos, 2009).

El primer paso para el desarrollo del mundo del *fanvid* fue la difusión y comercialización de los vídeos domésticos (reproductores y grabadores de vídeo). Los fans utilizaban varios videograbadores para conseguir crear un *fanvid* (como mínimo dos, en uno iban reproduciendo y en otro iban grabando) normalmente eran VHS y el trabajo de edición era muy complejo, requiriendo una gran planificación y paciencia. Los tiempos de la canción a utilizar se medían con un cronómetro, ya que el contador del vídeo raramente se correspondía con el tiempo real (o con una posición concreta de la cinta). Los clips tenían que ser seleccionados y medidos con antelación, para luego ser reproducidos y grabados en el orden concreto en el que debían aparecer. Además, los *vidders* tenían que tener en cuenta que la cinta de vídeo se rebobinaba ligeramente cuando se paraba, con lo cual tenían que familiarizarse bien con el equipo. Lo peor de todo, era que el audio sólo podía incorporarse una vez que todos los clips de vídeo ya se habían montado, de modo que una *vidder* que intentara editar al ritmo de la música o sincronizar un movimiento con un punto particular de la música debía ser muy meticulosa (García de Pablos, 2009).

Aun contando con todas estas dificultades los *vidders* más expertos, eran capaces de hacer pequeñas obras de arte en los años 90, controlaban perfectamente los pequeños defectos de sus equipos y eran capaces de hacer vídeos con una gran cantidad de cortes y de edición, y es que incluso algunos contaban con un material en imágenes muy amplio, recolectado en cintas VHS desde los años 70. Aunque lo cierto es que en el mayor número de los casos, los vídeos en estas primeras épocas eran muy simples, los creadores de vídeos que estaban empezando utilizaban un número reducido de tomas largas, basados en los montajes originales. Algunos de los primeros vídeos de fans eran poco más que secuencias de episodios unidas a sus canciones favoritas; estas denominadas «cintas musicales» se basaban en gran medida en la yuxtaposición al azar de palabras e imágenes, más que en un control artístico de los materiales (Jenkins 2010: 277).

Otro problema que tenían estos primeros trabajos, aparte de la calidad de edición que se pudiera conseguir con equipos domésticos, era la calidad de imagen.

Hay que tener en cuenta que en la era del reproductor de vídeo, los fragmentos de vídeo se re-grababan hasta 4 o 5 veces a partir del episodio original antes de llegar a la cinta «master» de una convención, y luego posteriormente a cada copia individual. Es por ello, que aunque la copia original hubiese tenido buena calidad, se iba perdiendo a lo largo de las diversas grabaciones y las cintas que contienen *vids* de este periodo siempre están un poco borrosas. (García de Pablos, 2009)

La mala calidad del vídeo era algo que preocupaba mucho a los *vidders* y es que cuando una cinta dejaba de estar en sus manos perdían completamente el control sobre ella y sobre las otras decenas de copias que se pudieran hacer, empeorando cada vez más la calidad de imagen.

La circulación de los *fanvid*, más todavía que la de los *fanzines* en esta época, los 90, implicaba una transacción entre dos personas. Los artistas fans mostraban sus vídeos personalmente en convenciones y a menudo interaccionaban con el público mientras los exhibían. Las cintas no se vendían en las tiendas y no se producían en masa; su circulación restringida reflejaba tanto sus limitaciones tecnológicas como su preocupación por la aplicación de las leyes de propiedad intelectual. La mayoría de las veces, era el propio artista quien grababa personalmente los vídeos después de que el consumidor le entregara una cinta virgen en la que copiarlos o incluso quien repartía copias por correo postal, a cambio del precio de producción (cinta, desgaste de equipo, correo). De todos modos, varias convenciones ofrecían servicios de copia en los que los asistentes podían hacer copias de sus vídeos favoritos. Algunos de los artistas más populares se las entregaban a sus amigos, que actuaban como centros de copiado local para que sus obras tuvieran una circulación más amplia; aunque los *vidders* solían lamentar la pérdida de contacto personal con su público, ese tiempo que perdían haciendo copias para los amigos, era un tiempo en el que no podían usar sus reproductores para crear vídeos nuevos (Jenkins, 2010:280).

Recordar que muchos de estos primeros creadores de *fanvid* eran autodidactas, quienes experimentaban con sus reproductores de vídeo domésticos y descubrían por su cuenta qué efectos podían conseguir. Sin embargo, por esta misma época, era cada vez más frecuente que los artistas impartieran talleres en convenciones, en los que enseñan a otros fans los secretos de su arte (Jenkins, 2010:281).

El siguiente paso para la evolución del *fanvid* fue la llegada de los ordenadores personales y de Internet, que favoreció enormemente tanto el trabajo de hacerlos como el de compartirlos. El primer *fanvid* creado con ayuda de un ordenador fue realizado por el o la *vidder* T’Rhys en 1994 y era un *crossover* de *Star Trek* y *Los siete de Blake*. Teniendo en cuenta las limitaciones técnicas, era muy ambicioso, e incluía un montaje con máscara en el cual la tripulación del Enterprise (*Star Trek*) podía ver a la nave de *Los siete de Blake*.

A finales de los años 90, comienzos del 2000, los ordenadores domésticos empezaron a disponer de software básico de edición de vídeo, con programas como *Microsoft Windows Movie Maker* (para Windows Me en el año 2000, para PC) e *iMovie* (para Mac OS 8, en 1999, para Mac). La posibilidad de realizar una edición de vídeo no lineal, o digital y sobretodo la desaparición de la pérdida de calidad al añadir la pista de sonido, fueron dos de los grandes incentivos para que las *vidders* (en la mayor parte de los casos eran mujeres) comenzaran a realizar sus trabajos en modo digital, lo que también hizo que el número de *vidders* aumentara. Por otro lado, lo que mejoró la distribución de los *fanvid*, fue el desarrollo de la banda ancha en Internet, alrededor del año 2003 en Estados Unidos, ya que anteriormente era muy difícil compartir vídeos en red, la capacidad de Internet no era suficiente, llevando a situaciones surrealistas como que las *vidders* que presentaban sus vídeos en convenciones tenían que convertir su trabajo realizado en formato digital a VHS o Beta, y posteriormente los organizadores de la convención pasaban el *fanvid* a un DVD, como finalmente se mostraba en el evento, y por último, se hacían copias en VHS para venderlas a los asistentes (García de Pablos, 2009).

Desde entonces el software de edición de vídeo ha evolucionado mucho, permitiendo hacer trabajos mucho más complejos. De la misma manera, los ordenadores actuales permiten que los tiempos de procesado o renderizado del vídeo sean mucho menores y que el manejo de los clips sea mucho más rápido y eficaz. Por otro lado, la cantidad de

formatos en los que se permite importar/exportar la imagen es cada vez mayor, sin olvidar el nacimiento de YouTube, el espaldarazo definitivo para la difusión de *fanvid* y de cualquier tipo de vídeo en general de manera fácil y gratuita. El problema que ha conllevado tanta repercusión mediática y que los *fanvid* hayan salido de la seguridad del entorno fan para estar al alcance de cualquiera es

...que tanto las discográficas cuyas canciones son utilizadas en los *vids*, como las productoras propietarias de las imágenes, hayan iniciado una campaña para impedir la distribución de estos vídeos. Los *vidders*, principalmente anglosajones, se escudan en la figura jurídica del «fair use» pero eso no ha impedido que multitud de vídeos hayan sido retirados de YouTube y sitios similares a la más mínima queja. (García de Pablos, 2009).

En 2007, diversas fans crearon la ya nombrada *Organization of Transformative Works*, para «promover la aceptación de los trabajos derivados creados por fans como una actividad creativa, para mantener la historia de la cultura de los fans y para proteger y defender los trabajos de fans de la explotación comercial y problemas legales». Uno de los proyectos de dicha organización es la Test Suite of Fair Use Vids <<http://transformativeworks.org/projects/vidtestsuite>>, con la que pretenden que los *fanvids* estén excluidos de la «Digital Millennium Copyright Act», y para ello muestran las diferentes cualidades que pueden dejarse ver en diversos *vids* como la crítica cultural, el ensayo sobre personajes o una forma de alcanzar unas aptitudes técnicas, en un medio creativo (García de Pablos, 2009).

C. LUGARES DE PUBLICACIÓN

Como ya hemos comentado el lugar preferido de todo el mundo para encontrar *fanvid*, o cualquier tipo de vídeo es YouTube, aunque haya otras plataformas que lo permitan como Vimeo y Vidders.

YouTube es un sitio web donde los usuarios pueden, de manera sencilla, subir, compartir y ver vídeos si están registrados, o solo compartir y ver si no lo están. Una de las cosas que hace más usable a YouTube es que permite de una forma muy fácil enlazar los vídeos a blogs, redes sociales u otros sitios web incrustando un código

HTML, que ellos mismos facilitan. Por lo tanto, aunque el usuario esté publicando su vídeo en Twitter, Tumblr o un blog de cualquier tipo, lo más probable es que su vídeo anteriormente haya sido colgado en YouTube. Este sitio web se ha convertido en un gran contenedor de todo, muy valorado por los fans, ya que con una ligera búsqueda no solo se puede encontrar *fanvid*, también clips de películas o series, programas de televisión, trailers, vídeo blogs personales de otros fans y cualquier tipo de material visual de dentro o fuera del *fandom*. Además, pesar de las reglas de YouTube contra subir vídeos con derechos de autor, lo cierto es que el material existe en abundancia, y los vídeos solo son retirados si es requerido por el propietario de los derechos.

En la misma línea nos podemos encontrar con la red social Vimeo, basada en la idea de compartir vídeos. El sitio permite compartir y almacenar vídeos digitales para que los usuarios comenten en la página de cada uno de ellos. Los usuarios deben estar registrados para subir vídeos, crear su perfil, cargar avatares, comentar y armar listas de favoritos. Aunque tiene mayor notoriedad desde un punto de vista más profesional, para creadores de cortometrajes, no es ni de lejos tan reconocida en el mundo de los fans como YouTube.

Por otro lado, también hay páginas especializadas como *Vidders* < <https://vidders.net/> > que es una red social privada para *vidders* y espectadores de *fanvid*, necesita registro para ver, colgar, comentar... pero como en el caso anterior, no es competencia para YouTube en la actualidad.

D. TIPOS DE *FANVID*, TIPIFICANDO IMÁGENES EN MOVIMIENTO

Como en el caso del *fanart*, vamos a intentar presentar algunas categorías a partir de las cuales se intenta mostrar la amplitud y variedad de trabajos que pueden englobarse en el arte del *vidding*, que no deja de evolucionar

VÍDEOS MUSICALES

Los más extendidos y los que más historia tienen a sus espaldas son los vídeos musicales, aunque en general casi todos los *fanvid* tienen música y esta es muy importante dentro del resultado final, y por eso todos podrían considerarse vídeos musicales, pero en este caso hablamos de vídeos parecidos a los videoclip, pero sin serlo.

Los artistas fans se apropian de imágenes encontradas o sacadas de la televisión (found footage) y las reeditan para expresar su punto de vista sobre el programa, uniendo imágenes de series con música tomada prestada de forma similar a la cultura comercial. (Jenkins, 2010: 257)

Similar, pero no igual, ya que para los *vidders* lo importante de sus vídeos es la historia y no la promoción de un cantante o de una canción. Tanto es así que en la década de los 90 insistían en que sus obras no guardaban ningún tipo de relación con los vídeos musicales de la MTV (Jenkins, 2010: 265).

El profesor Henry Jenkins dedicó una gran parte de su primer libro *Piratas de Textos* a estos vídeos y allí es donde recoge la siguiente definición de una vídeo artista.

M.V.D ha definido estos vídeos como «vídeos mitad y mitad», que no son ni un «Reader's Digest de los programas que nos gustan» ni «imágenes bonitas para entretener la vista mientras escuchamos nuestra música favorita»: los vídeos musicales de los fans son un formato único, que se adapta a las demandas de las cultura de los fans, que para ser relevantes tienen que basarse en la cuidadosa unión de imágenes y palabras que comenten las historias de la serie (Jenkins, 2010: 257).

Los vídeos musicales tienen que retratar emociones, tienen que contar algo, una historia, las escenas pueden y tienden a tomar otro significado al variar el contexto en el que se presentan. Por otro lado, la relación con la música de estos vídeos es muy cercana o íntima.

Aunque algunos vídeos utilizan canciones escritas por los fans y puestas en circulación por ellos, ni las imágenes ni las canciones de la mayoría de los vídeos han sido creadas por los artistas fans: la principal contribución del creador es, en la mayoría de los casos, yuxtaponer de forma imaginativa las palabras e imágenes de otra persona. (Jenkins, 2010: 257)

Las imágenes toman fuerza gracias a la música, pero en ningún caso ni al espectador, ni al creador les suele interesar la identidad del cantante. De hecho la personalidad del intérprete tiene que desaparecer para que pueda hablar, de la forma más efectiva en nombre del personaje o personajes ficticios en cuya imagen está sustentando el vídeo (Jenkins, 2010: 269).

Cuando la voz del cantante no está sujeta a un personaje concreto, como en los vídeos que combinan diversos medios en los que las imágenes proceden de varios programas diferentes, por regla general se asume que la voz del cantante habla en nombre del fan concreto o de la comunidad de fans en general. (Jenkins, 2010: 270)

En un alto número de casos, los vídeos musicales que se puedan encontrar hechos por fans cumplen completamente con lo dicho anteriormente, pero no siempre, hay veces que realmente los vídeos musicales se parecen 100 % a los videoclips musicales, aunque ya no sabemos si estos se pueden considerar *fanvid* totalmente. Para poner un ejemplo vamos a tomar el trabajo realizado por Holly Laurent y es posible que más gente, quienes convirtieron la canción *Video Game* de Lana del Rey, en la canción y el videoclip *Hunger Games* < <https://www.youtube.com/watch?v=1OjnbRv3krA> > una parodia de la saga de libros y películas *Los juegos del hambre*.

Holly imita a Lana del Rey cantando y cambia la letra de su canción por otra parecida, aunque humorística y relacionada con los libros o películas de *Los juegos del hambre*, también crea un *fanvid* con este nuevo material e imágenes de las películas y de otros productos audiovisuales, acompañados por imágenes grabadas de ella misma cantando. Este vídeo, que ha alcanzado más de 1 millón de visitas en YouTube, es un trabajo complejo que mezcla *fanvid*, con algo de *fanfilm*, ya que hay imágenes filmadas por los propios fans, y es un claro trabajo de música *filk*⁴¹, otra actividad fan de la que también hablaremos más adelante. Como ya habíamos dicho anteriormente, en trabajos tan complejos como estos es difícil categorizar el trabajo de los fans en etiquetas fijas, porque sus técnicas se van uniendo para la creación de un producto perfecto y redondo, sin contar con el nombre que se le pondrá a posteriori.

⁴¹ Canciones creadas por los fans, alrededor de aquello de lo que son fan y sobre el propio mundo de los fans.

TRÁILERS O FALSOS PROMOCIONALES

En este apartado destacan dos tipos de *fanvid*, sin excluir otros posibles trabajos que podrían formar parte de esta categoría.

- Por un lado, están los trailers de películas o series que aún no se han estrenado o que nunca lo harán, normalmente trailers de secuelas o de películas basadas en *best seller*, como por ejemplo los conocidos trailers de la ya estrenada *50 Sombras de Grey* protagonizados por el imaginario colectivo por los actores Matt Bomer y Alexis Bledel, que se hicieron tan conocidos en la red, que hubo momentos en el que se dieron por verídicos (cuando ni siquiera el casting de la película estaba cerrado). En este caso se utilizan imágenes de otros proyectos de los actores, modelando con ellas la historia del libro, en lo que dura un trailer cinematográfico.
- Por otro lado, están los trailers de series o películas, ya estrenadas y conocidas, en las que se cambia alguna variante del producto, por ejemplo el género. Con las mismas imágenes de la película, pero con una música diferente y un montaje adecuado, que puede conllevar la selección de diálogos específicos, la película infantil *Mary Poppins* se puede convertir en una película de terror, y la película *American Psycho* se puede convertir en una comedia romántica.

En estos casos el *vidder* quiere sobre todo demostrar su pericia y su capacidad para convencer a través de su trabajo. La historia queda supeditada, sobre todo en el primer caso, en que la historia ya se conoce y la idea seguramente, es conseguir que aquellos que vean el *fanvid* se crean que el producto que están viendo es real, o por lo menos que lo alaben como real, también es importante la idea de meter en el imaginario colectivo aquel casting perfecto que el fan tiene en la cabeza.

CABECERAS O INTROS

Este caso es muy similar al del anterior, el *vidder* tiene que demostrar mucha pericia en su montaje y lo más importante es conseguir los efectos del original, calcar una cabecera, con su estilo característico, pero con imágenes diferentes. Lo más normal son las «X style opening» cambiando X por cualquier serie o película, o también por una época, o género. Unos de los más realizados son los «*Friends* style opening» y es que cada serie con un poco de repercusión suele tener una o varias cabeceras al estilo de la serie *Friends* (1994-2004) hechas por los fans. Consiste en que el fan realizará una cabecera de la serie «y» con la música, la tipografía, los efectos y el estilo de la

cabecera de la serie «x», pero con imágenes de la serie «y». Cuanto más se parezca al original, mucho mejor.

Hay casos en el que los fans dan un paso más allá y una vez acabada la cabecera siguen para adelante. Curioso y destacable es el caso de Sacha Procter que después de hacer la cabecera de *Breaking Bad* al más puro estilo sitcom ABC, siguió con pequeños capítulos donde montaba y editaba secuencias de la serie como si fueran de una sitcom, risas enlatadas incluidas, dando a las imágenes de este melodrama una reinterpretación completamente diferente. Tanto la cabecera, como las siete partes de la *Breaking Bad* The Sitcom se pueden encontrar en su canal de YouTube <<https://www.youtube.com/user/kwalitykontrol>>

VÍDEO – RECAPS

Los *recaps* consisten en recapitulaciones o sumarios de unos pocos minutos de arcos argumentales concretos, temporadas, o incluso, series completas. Se debe remarcar que el término no sólo se usa para designar resúmenes audiovisuales, sino que también incluye otro tipos de sumarios ya sean en forma de galería fotográfica, sólo texto o una combinación de estos lenguajes.

Los vídeo-recaps, que son los que aquí nos interesan, pueden ser de dos tipos: extraídos, en los que la labor de montaje es mínima y prima la selección de escenas para su presentación en orden cronológico; o montados, en los que, además de seleccionar, se mezclan escenas y se utilizan recursos visuales (Scolari, Jiménez, Guerrero, 2012: 149). Estos vídeo - *recaps* han evolucionado mucho y cada vez se pueden encontrar obras más complejas y más parecidas a los vídeos musicales, u otro tipo de vídeos, de hecho en los últimos meses se ha puesto de moda un tipo diferente de vídeo-*recaps*, y es aquel que recapitula frases de algún personaje o actor, suelen ser del tipo «X once said....» pudiendo ser X un actor, un personaje, un *ship*...

VÍDEO – MENSAJES

Es más que probable que haya muchos más tipos de *fanvid*, los cuales no forman parte de esta clasificación, porque solo la imaginación de cada fan pone límites a su *fanwork*. Sin embargo, antes de terminar con esta sección es importante comentar un tipo especial de vídeos que no está muy claro donde puede encajar. Son los mensajes en vídeo mandados por los fans a sus actores favoritos, tanto para felicitarles por su cumpleaños, como para darles la enhorabuena por algo o decirles lo mucho que los admiran, o

simplemente para contarles algo que les parece vital, en plan carta. Estos vídeos suelen contar con el material típico como imágenes del homenajeado, música, etc... pero también cuentan con imágenes de los propios fans enviando el mensaje deseado. De hecho, en estos vídeos cada vez hay menos imágenes de los homenajeados y más de los propios fans enviando su mensaje.

Estos vídeos dan una vuelta de tuerca al *fanvid* convencional porque no quieren contar la historia de los personajes favoritos del fan o reinterpretar el *canon* del *fandom*, si no que quieren contar la historia del fan, la historia del fan ante el *fandom* o ante el actor o actriz que admiran. La idea principal es mandar un mensaje al actor o actriz admirada, así que la recepción de estos vídeos no es para otros fans, en un principio, si no que el público final u objetivo, es el artista. Como ejemplo podemos poner el vídeo de la *vidder* Anasyx, con el apoyo de KatrinDepp y Aurélie. Estas chicas realizaron el proyecto *Handing love, a video for Lisa Edelstein from her fans*, recolectando en un principio el mayor número de mensajes grabados en vídeo de las fans de todo el mundo de Lisa Edelstein, coprotagonista de la serie *House MD*. (2004-2012), escritos en sus manos, para una vez recogidos editarlos convirtiéndolos en un vídeo musical <http://www.youtube.com/watch?v=g_uBiVbc8GM> que intentaron que la actriz viera, cosa que consiguieron, incluso recibieron *feedback* por parte de la actriz, quien les contestó, agradeciéndoselo, con un mensaje escrito en sus manos.

La verdad es que en estos casos tanto la definición de *fanvid*, como la de *fanfilm* se quedan escasas y tal vez necesitaríamos una nueva nomenclatura. Tanto el *fanfilm* como el *fanvid*, (o el *fanfiction*, o *fanart* anteriores) se centran en el arte de contar historias, en el caso del *fanvid* con imágenes de otros productos ya creados, en el caso del *fanfilm* con imágenes creadas por el propio fan. Pero estos nuevos vídeos no parecen pertenecer claramente a ninguna de estas categorías, pero no dejan de ser creaciones muy complejas hechas por los fans y con una vertiente muy creativa.

2.3.3. FANFILMS, LAS PELÍCULAS HECHAS POR LOS FANS

A. DEFINIENDO FANFILMS

Un *fanfilm* es «una película o cortometraje realizada por fans teniendo como base un texto ya existente» (García de Pablos, 2011). Se distingue de un cortometraje de aficionados por el argumento, normalmente basado en películas, series, o libros, cuyos derechos son propiedad de terceros. Un *fanfilm* no es parte del *canon* de una serie,

película o libro, es decir, lo que ocurra en la película de aficionados no se considera oficial, ni tiene repercusión en el universo ficticio, ni se ajusta a los cánones determinados por los autores originales. Los *fanfilms* pueden estar tolerados por el propietario de la obra original, e incluso promovidos por él, pero también pueden ser vistos con recelo.

Mientras que algunos *fanfilms* son pequeñas parodias o secuencias realizadas de forma casera sin pretender mayor trascendencia, hechas gracias a la reciente disponibilidad de cámaras económicas y herramientas de edición de vídeo en ordenadores domésticos, lo que permite la realización de películas a cualquier persona que disponga del tiempo suficiente. Otras producciones alcanzan el rango de mini producciones profesionales, al involucrar a profesionales del medio, que al mismo tiempo son fans, que dedican parte de su tiempo libre a participar en un proyecto de este tipo, habiendo algunos casos de calidad excepcional.

B. ANTECEDENTES

Como en el caso anterior, el de los *fanvid*, tanto el nacimiento como el desarrollo de esta actividad está intrínsecamente unida y relacionada con el avance de las tecnologías, en este caso de filmación. El nacimiento del cine fue un proceso largo que dio sus primeros pasos más potentes a finales del siglo XIX y aunque según Jenkins los filmes de aficionados han existido desde el nacimiento del cine, poco podríamos afinar cuándo y cómo fue el primer *fanfilm*. Lo que también acontece aquí, posiblemente sería la diferenciación entre filmes de aficionados y *fanfilms* propiamente dichos, la diferenciación está claramente relacionada con la temática del producto, pero no con la producción o distribución del mismo.

Los críticos han promocionado con el paso de los años los film de aficionados como una alternativa popular a la producción comercial, acentuaban su naturalidad y espontaneidad en contraste con el refinamiento técnico y la sofisticación estética de las películas comerciales. Sin embargo, las películas de aficionados siguieron siendo por años y por encima de todo, «películas caseras» en todo lo que eso podía significar: en primer lugar, las películas de aficionados se exhibían principalmente en espacios privados (y normalmente domésticos), y carecían de cualquier canal de distribución; en segundo lugar, las películas de aficionados solían ser documentales de la vida doméstica y familiar; y, en tercer lugar, los filmes de aficionados se consideraban técnicamente

defectuosos y de interés marginal más allá de la familia inmediata (Jenkins, 2008: 147). Pero estos tres puntos han ido cambiando poco a poco con la mejora de las tecnologías.

La realización de películas digitales ha alterado muchas de las condiciones primigenias de las películas *amateur*, y tal vez incluso en un grado mayor las del *fanfilm*. En primer lugar, la red ha ofrecido una salida a la exhibición y distribución de estos productos, dando un salto del espacio privado al público, su visionado ya no tiene que reducirse a familiares y amigos, sino a todo el mundo con conexión a Internet; en segundo lugar, como ya hemos comentado en el apartado del *fanvid*, el montaje digital es mucho más simple que el analógico y el ordenador doméstico, conjuntamente con los programas de edición de vídeo, han permitido al realizador aficionado imitar los efectos especiales asociados a los grandes éxitos hollywoodienses.

El cine digital es un nuevo capítulo en la compleja historia de interacciones entre realizadores aficionados, fans o no, y medios comerciales. El *fanfilm* se sigue considerando un tema de aficionados, en el sentido de que se hacen con bajos presupuestos, aunque algunas veces no tan bajos, se producen y se distribuyen en contextos no comerciales, y son obra de cineastas no profesionales, aunque ya no siempre y en muchos casos deseosos de entrar en la esfera profesional. Sin embargo, muchos de los restantes distintivos clásicos de la producción fílmica *amateur* o de fans ya han desaparecido. Lo más importante es que estas películas ya no son caseras, sino públicas tanto desde un punto de vista de audiencia como de contenido, se dirigen a un público que trasciende el círculo inmediato de amigos y conocidos, e incluyen a sus contenidos la adaptación de mitos populares y saberes comerciales. (Jenkins, 2008: 147)

C. TIPOS DE *FANFILM*

Hay tantos tipos de películas de aficionados o fans, como de productos fílmicos profesionales. Un *fanfilm* puede ser un cortometraje, un medimetraje, un largometraje, o una historia seriada. Puede ser un drama, una comedia, una parodia, puede ser de animación, sonoro, mudo, de ciencia ficción o histórica o una mezcla de todo lo anterior.

Seguramente lo que más puede diferenciar a un *fanfilm* de otro es su calidad, que no tiene por qué estar siempre unida a un presupuesto más o menos grande, aunque suele ser un buen patrón para juzgar. No es lo mismo el proyecto de unos amigos que quedan una tarde para grabar algo con su *smartphone*, que un proyecto cinematográfico

planeado a lo largo de meses, recaudando dinero, haciendo planes de rodaje, casting, etc., aspirando a conseguir una película con el aspecto más profesional posible.

D. EJEMPLOS DE FANFILM

Hay bastantes ejemplos de *fanfilm* relevantes a lo largo de la historia, aquí solo haremos un pequeño compendio de algunas historias interesantes.

DOS PELÍCULAS PARA UNA SERIE DE CULTO. LOS CASACAS MARRONES SIEMPRE EN LA BATALLA

Los casacas marrones, fans de la serie *Firefly*, quienes ya han tenido su espacio en esta tesis, son una fuente inagotable de planes para mantener viva su serie. Recordamos aquí dos de sus *fanfilms*.

- *Browncoats: Redemption* consistía en la creación de una película sin ánimo de lucro basada en el universo *Firefly* y contando con el trabajo voluntario de todo el equipo, siendo financiada íntegramente por los fans y contando con el apoyo in situ de algunos de los actores de la producción original como Adam Baldwin y Michael Fairman, quienes hicieron cameos donando su tiempo. El proyecto tuvo el consentimiento de Joss Whedom, el creador de la serie, y de la Fox ya que lo único que se intentaba con esta producción era mantener despierto el espíritu de la serie y conseguir dinero para diversas asociaciones benéficas.
- *Browncoats: Independence War*, dirigida y escrita por Francis Hamada (casaca marrón). Hamada hizo una propuesta de *crowdfunding* con la que pretendía conseguir los 16000 dólares que le quedaban para poder terminar la producción de su mediometraje, cuando se cerraron las donaciones, en mayo de 2013, tenía más 21000 dólares que habían donado sus 424 patrocinadores. Tal fue el éxito, que aunque en un principio a lo que se aspiraba era a crear un mediometraje de 25 a 30 minutos, lo que realmente finalizó fue un largometraje. *Browncoats: Independence War* está ambientado en la guerra entre los Independentistas y la Alianza, la cual se produjo seis años antes del comienzo de la serie *Firefly*, por lo tanto es una precuela que cuenta la historia de los soldados cuya misión fue evacuar a los civiles que se habían visto atrapados en Serenity Valley antes del ataque de la Alianza. Como la anterior, es una película sin ánimo de lucro y el dinero recaudado es el que se necesita para cubrir los costos mínimos de producción.

PARODIAS PARA UNA PELÍCULA DE CULTO. NO HEMOS HABLADO LO SUFICIENTE DE STAR WARS

En el caso anterior hemos hablando de productos bastante profesionalizados, pero el *fanfilm*, como ya hemos dicho no solo es hogar de aquellos que se dedican o quieren dedicarse al mundo del audiovisual y que además son fans, ni muchísimo menos. El *fanfilm*, en la actualidad, con las nuevas cámaras de vídeo asequibles y de calidad HD e incluso gracias a los móviles de última generación está al alcance de cualquiera fan que se quiera sentir por un rato director de cine.

El caso de *Star Wars* es especialmente llamativo. Mientras que otras productoras y agrupaciones intentaban evitar la creación y proyección de *fanfilms* de sus obras, George Lucas, quien ha tenido sus más y sus menos con los fans y sus trabajos a lo largo de los años, decidió, que tal vez, ya que no podía evitarlo, iba a intentar controlarlo y empezó a animar a crear documentales y parodias sobre su trabajo estrella, *Star Wars*, bajo el auspicio de su propio nombre y con sus propias reglas, creado un certamen oficial de *fanfilm* sobre *La guerra de las galaxias*. Aunque anteriormente, los *fanfilm* sobre esta historia ya eran más que conocidos.

Cuando Amazon introdujo los DVD de *George Lucas in Love* (1999), quizá la más célebre de las parodias de *La guerra de las galaxias*, vendió más que el DVD de *La guerra de las galaxias Episodio I: La amenaza fantasma* (1999) en su primera semana. (Jenkins, 2008: 137)

Los *Star Wars Fan Film Awards* son unos premios anuales organizados por *LucasFilm* y *AtomFilms* donde se pueden mostrar y difundir estas mini películas creadas por los fans sobre *La guerra de las Galaxias*, siempre que cumplan con unas reglas establecidas desde la organización. En un principio a los fans les resultaba muy reconfortante saber que Lucas y sus amigos echaban un vistazo de vez en cuando a sus obras y les daban su bendición. De hecho, parte del encanto de participar en el certamen oficial de cine aficionado de *La guerra de las galaxias* reside en el hecho de que Lucas elija personalmente al ganador entre los finalistas seleccionados por AtomFilm, y examinados por el personal de LucasArts (Jenkins, 2008: 153).

El concurso se ha desarrollado a lo largo de los años en tres fases.

- 1ª Fase: Desde 2002 hasta 2007, donde solo se aceptaban parodias, falsos documentales y documentales sobre las películas, pero en ningún caso cortos «serios». Todo de menos de 30 minutos. La primera convocatoria fue todo un éxito y se presentaron más de 250 trabajos.
Lo que era un problema, sobre todo para *LucasFilm* y *AtomFilm* es que en la red seguían apareciendo muchos más *fanfilm*, a través de sitios no oficiales como TheForce.net, que no cumplían las reglas del certamen oficial. Muchas de estas películas iban acompañadas de sus propios pósters o campañas publicitarias. Y algunos sitios web ofrecían información actualizada sobre películas de aficionados todavía en fase de producción (Jenkins, 2008: 137).
- 2ª Fase: Desde 2007 hasta 2012, donde la temática de los cortos era más abierta por la liberalización de los derechos de las películas. En 2012 por problemas comerciales el concurso fue suspendido, pero desde *LucasFilm* se dejó claro el deseo de continuarlo y declararon que estaban buscando nuevas maneras de revivir el proyecto.
- 3ª Fase: Desde 2014 hasta 2018. De nuevo solo se aceptaban parodias y documentales, en este caso de hasta 5 minutos, y se podía optar a 6 premios: *Filmmaker Select*, *Best Animation*, *Best Non-Fiction*, *Spirit of Fandom*, *Best Comedy*, *Best Visual Effects*, *Audience Choice*. Emitiéndose los ganadores y mejores cortos en las convenciones de *Star War*.

No hay duda de que al propio George Lucas le gustan al menos algunas formas de creatividad de sus fans. Aunque como dice Jenkins «Lucas quiere ser “celebrado” pero no apropiado» (Jenkins, 2008: 153). Sea como fuere *La guerra de las galaxias* sigue siendo uno de los productos con más *fanfilm* a sus espaldas desde el estreno de su primera película, *fanfilm* del que le gusta a su creador, y del que no.

TRAILERS PARA UNA SÚPER PRODUCCIÓN IMAGINARIA, CUANDO SUPERMAN Y BATMAN COLABORAN

A los fans les encanta crear trailers falsos, ello ya lo vimos en el apartado anterior, aunque normalmente ese trabajo suele estar más relacionado con el *vidding* que con el *fanfilm*, sin embargo ahora vamos a destacar el *fanfilm trailer World's Finest: Superman-Batman*, por el duro trabajo que realizaron y la calidad del resultado final.

Este *fanfilm* está grabado y montado como un trailer, en este trabajo se muestran escenas de una película imaginaria en la que Superman y Batman colaboran juntos

contra supervillanos. El trailer *fanfilm* estaba apoyado incluso por una página web, donde se incluían más datos de la futura producción imaginaria, aunque ahora la página está inhabilitada. El trailer, de menos de cuatro minutos de duración, aún se puede ver en YouTube :<<https://youtu.be/t3oN3EJcfwE>>.

UNA WEB SERIE SOBRE EL PEOR FANFIC DE LA HISTORIA. DANDO VUELTAS A HARRY POTTER

Incorporamos este ejemplo dentro de esta categoría porque ha llamado completamente nuestra atención, su calidad no es excepcional, pero sí lo es su historia. Creemos que es representativo de la propia retroalimentación que crea el *fandom* para el *fandom* y de lo que son capaces de hacer los fans.

En 2006 el *fanfiction* *My Immortal* basado en una versión vampírica – emo de Harry Potter se hizo muy conocido, pero por causas nada positivas, se llegó a conocer como «The worst *fanfiction* ever» (El peor *fanfic* de todos los tiempos). Era un *Mary Sue* cargado de faltas de ortografía, que no mantenía en ningún caso, ninguna clase de concordancia con los personajes de la famosa saga del niño mago. El *fic* antes de ser retirado, tras amplios problemas con la supuesta escritora, llegó a recibir más de 8000 críticas negativas. Sin embargo, el 23 de mayo de 2013 se puso en marcha el canal de YouTube, *My Immortal Web Series*⁴² (ahora con otro nombre), en el que pensaban publicar seis capítulos de una web serie basada en el *fic*, como una crítica al propio *fic*. De hecho en la descripción del canal decían que la web serie estaba basada en el más infame escrito sobre Harry Potter «Based on the most infamous Harry Potter *fanfic* ever written». Entre junio y julio, el canal lanzó dos trailers y el 15 de julio de 2013 vio la luz el episodio piloto de *My Immortal*, protagonizado por una joven vestida con ropa gótica llamada Enoby Darkness Dementia Raven Way. La web serie llegó a tener seis capítulos en su primera temporada y nueve en su segunda temporada, antes de que su equipo se embarcara en nuevos proyectos.

2.3.4. FANSUB, LOS SUBTÍTULOS HECHOS POR FANS

Esta actividad se puede considerar entre medias de las modalidades creativas y divulgativas y es una de las más importantes y desarrolladas en la actualidad. Además nos viene muy bien, ya que es una actividad que normalmente se realiza en grupo, y que tiene un importante valor educativo, tanto idiomático como tecnológico.

⁴² *My Immortal Web Series* <<https://www.youtube.com/channel/UC5OvOrULKkZsZsxq2mvfgCA>>

A. DEFINIENDO *FANSUB*

Tras una investigación a través de las comunidades de fans, de los lugares que transitan los *fansubbers* (los fans y aficionados que realizan subtítulos) y de los artículos académicos relacionados con el tema, hemos podido encontrar tres acepciones muy interrelacionadas para el término.

«*Fansubs*: subtítulos hechos por aficionados. En la red figuran como archivos de texto descargables, pero que sólo se pueden leer con un software concreto» (Ferrer Simó, 2005: 27).

«*Fansub/s*: ediciones no oficiales de anime con subtítulos hechos por aficionados» (Ferrer Simó, 2005: 27).

Fansubs: «agrupaciones de gente aficionada sin ánimo de lucro dedicadas a traducir y subtitular series no licenciadas⁴³ en el país de destino para distribuir las posteriormente de manera gratuita a través de la red» (Martínez García, 2010).

Así que por lo tanto el término define tanto a las agrupaciones de los aficionados que subtitulan, como al propio trabajo de crear los subtítulos, sea cual sea su forma de ser distribuidos: *softsub* o *hardsub*. En el *softsub* los fans crean subtítulos y los comparten de manera abierta, para que sean editados y mejorados por otros usuarios. Estos subtítulos complementan a los vídeos en bruto o subtitulados en otro idioma, son archivos separados del vídeo, por lo cual es más fácil trabajar sobre ellos, a la hora de que reciban mejoras posteriores, pero también a la hora de ser creados. Por otro lado en el mundo del *hardsub*, los fans integran el subtítulo directamente en el vídeo, por lo que ya no pueden ser editados por otros usuarios y si lo intentan, es algo realmente muy laborioso. Como ventaja se evita el robo de la traducción por otros *fanssubbers*, pero sobre todo es una ventaja a la hora de la distribución, contar con vídeo y subtítulos unidos, es mucho más cómodo. En la actualidad YouTube da una opción intermedia, si la persona que cuelga el vídeo ha incluido subtítulos, la persona que lo está viendo podrá decidir si activarlos o no. De todos modos esta práctica se seguiría considerando *hardsub*, porque los subtítulos están integrados en el vídeo y no son un archivo independiente que el usuario pueda manipular de ninguna forma.

⁴³ Se denomina serie no licenciada a aquella cuyos derechos de emisión y reproducción no han sido obtenidos por ninguna distribuidora en el país de destino.

Como casi todas las nuevas palabras nacidas para el *fandom*, *fansub* es un vocablo anglófono nacido de la unión de dos palabras, en este caso tenemos dos opciones, *fan – subtitling* (Ferrer, 2005: 27) o *fan subtitled* (Martínez García, 2010) cuya diferencia no es nada significativa desde el punto de vista del significado, en ambos casos sería subtitulado fan o subtitulado por fans.

Aunque el término y la actividad nacieron de la mano del anime y ha estado relacionada desde un principio y casi exclusivamente con este mundo, desde su desarrollo masivo en la red se ha extendido al mundo de las series, películas y programas de televisión, normalmente de habla inglesa, pero realmente se pueden encontrar en cualquier idioma y en particular también, en las series del género *tokusatsu*⁴⁴ y *doramas* asiáticas⁴⁵. Sin embargo la actividad no se relega solo a películas o series del género que sean, los fans también subtitulan tráilers, *promos*, *sneak peeks*⁴⁶, entrevistas o cualquier otro tipo de material que pudiera requerirlo.

Tras todo lo expuesto se considera que la palabra *fansub* define la actividad que realizan los fans y aficionados de un producto audiovisual, por la cual traducen y realizan subtítulos de vídeos, películas o series desde su idioma original, o basándose en otros subtítulos en otro idioma.

B. ¿QUÉ MOTIVA LA CREACIÓN DE SUBTÍTULOS?

ACCESIBILIDAD

Como comentaremos en el siguiente apartado, los *fansubs* aparecieron en los años ochenta – noventa del siglo pasado, como respuesta a la falta de animación japonesa en el mercado estadounidense. Así que al principio, el propósito de este pasatiempo era poner al alcance de los aficionados de cierto idioma, aquellas series o películas, en un principio *anime*, que eran de difícil acceso, bien por su temática, por su escaso valor comercial o por el tiempo que llevaría que aparecieran por los canales oficiales de distribución. De hecho hay una regla en el *fansub* original, por la cual, cuando un producto conseguía distribución en el país de recepción se terminaba con la distribución de *fansub*.

⁴⁴ Palabra japonesa que significa «efectos especiales». Fuera de Japón es usada para referirse a programas de televisión y películas japonesas producidas en el formato imagen real que usan efectos especiales.

⁴⁵ Nombre japonés para designar series televisivas de imagen real.

⁴⁶ Extracto de entre 1 a 10 minutos de la serie, película o programa, que se emite o se cuelga en la red antes de la emisión o estreno del producto definitivo. Una especie de adelanto promocional.

A día de hoy la oferta es mucho mayor, pero el deseo sigue siendo el mismo, la accesibilidad, el deseo del consumo casi inmediato del producto, se haya originado donde se haya originado. En la actualidad muchos estrenos cinematográficos son a nivel mundial o con muy pocos días de diferencia, y las cadenas de televisión hacen un esfuerzo para que sus nuevos productos, series de televisión en inglés sobre todo, estén doblados o subtitulados para aquellos que deseen ver el producto en versión original, a las pocas semanas de ser emitidas en sus países de origen, en algunos casos excepcionales, apenas días. Evidentemente esto solo pasa con las series de éxito o que esperan ser un éxito, otras pasarán años en un cajón o nunca serán emitidas en ciertos países.

Hay productos que siguen siendo de difícil distribución y que es posible que nunca se lleguen a ver en determinados países, aunque esto cada vez es más raro porque cada vez hay más medios de distribución. Pero desde luego, no es algo tan difícil como hace unos 15 años, cuando el movimiento *fansub* empezó a salir del mundo del *anime* para inundarlo prácticamente todo. Por aquel entonces había series que tardaban años en ser distribuidas en otros países, incluso series de éxito, y otras que se sabía nunca lo harían. Por otro lado, había veces que eran los movimientos a favor de la versión original los que fomentaban el *fansub* en España principalmente, ya que era prácticamente imposible encontrar versiones originales subtituladas.

EL GUSTO POR TRADUCIR, EL GUSTO POR LOS IDIOMAS, APRENDER Y PRACTICAR

Como en el resto de las actividades que hemos tratado hasta el momento, creemos que el hecho de «querer practicar para» es una motivación importante. El amor hacia los idiomas, querer aprender más sobre los idioma de origen, o practicar tu idioma de una forma divertida y amena, poner en práctica aquello que has aprendido en clase, tanto de idiomas como de traducción e interpretación... Siempre es una importante motivación. De hecho no son solo uno, ni dos los traductores y subtituladores profesionales los que nos hemos encontrado por el camino del *fansub*.

Como ejemplo, a continuación se reproduce un texto escrito por Herminia Páez Prado, traductora profesional, en la que expone que la motivo a ser *fansubber* antes que traductora profesional.

Ahora sí que opino. Como podéis ver por todo lo que he puesto aquí, antes de ser traductora profesional, fui *fansubber*. Después me formé y me convertí en traductora audiovisual porque estaba enamorada de esta profesión. (...) Hay malas prácticas, que se intentan subsanar y regular en la medida de lo posible, con mayor o menor éxito e impacto. Pero sobre todo, considero que los *fansubs* no son malos por puro egoísmo. Todos sabemos que se cometen muchísimos errores y calcos al empezar a traducir, incluso si tienes un título universitario, tus traducciones fuera de la carrera, al menos al principio, a veces (o en casos más que a veces) contienen fallos. ¿Es mejor que me curta cometiendo fallos en traducciones «de verdad» o en *fansubs*? Yo lo tengo claro. Como hablaba con un compañero de profesión, él aprendió y se curtió a base de cometer errores y corregir errores ajenos siendo ya profesional. Yo también me curté revisando errores propios y ajenos, pero lo hice en un *fansub*, y gracias a todos esos errores pasados, la gente que ahora trabaja conmigo me considera tan buena profesional como para recomendarme a agencias que les han pedido traductores (lo cual no quiere decir que sea la mejor, pero sí lo suficientemente buena).

No me metí en un *fansub* para tener renombre, en *subtitulos.es* específicamente tu nombre NUNCA aparece en el subtítulo que se ve en pantalla, solo en la plataforma. No me metí en un *fansub* «para ponerlo en mi CV» como he visto sugerido. Me metí en un *fansub* por lo mismo por lo que me metí en un *scantrad*, por lo mismo que estudié japonés en la universidad, por lo mismo por lo que empecé a estudiar 11 idiomas (en el último recuento), por lo mismo que lloraba a amigos para que escanearan y editaran los cómics que había comprado en Francia, que traducía del francés

al español, sin subirlos a Internet. Me metí en un *fansub* porque me apasionaba (y me apasiona) traducir y tenía una habilidad que a otra gente le podía resultar útil, porque me apasionan los idiomas, porque quería compartir mi pasión con otra gente y facilitarles el acceso a ella. (Páez Prado, 2013)

C. ANTECEDENTES

Hay que tener en cuenta que la labor del subtitulado es algo relativamente reciente en el *fandom*, ya que para poder hacerlo en casa y de forma «artesanal» no dejan de ser necesarios un mínimo de aparatos tecnológicos y de conocimientos sobre ellos, como pasaba con el *fanvid*. Eso sí, aunque pudiera parecer lo más normal, la práctica no nació gracias a Internet, de la misma forma que en las actividades anteriores, ni gracias a la era digital, pero fue gracias a ello que evolucionó y se difundió con rapidez.

Según Martínez García y Ferrer el *fansub* nació en Estados Unidos en los años ochenta conjuntamente a la explosión mediática de la producción de series de anime en Japón, pero el estallido real del fenómeno no fue hasta los 90. Tanto es así, que el fenómeno *fansub* solo se reconocía alrededor del mundo del anime hasta hace relativamente poco. En aquella época, a finales del siglo pasado, sólo unas pocas series anime

...conseguían la licencia para su distribución en países extranjeros y conseguir títulos nuevos era bastante complicado, por lo que algunos seguidores de estas series con conocimientos de japonés comenzaron a producir copias de subtítulos de manera *amateur* en VHS para cubrir así las necesidades del mercado y de los propios aficionados. (Martínez García, 2010)

De esta producción se distribuían un número limitado de cintas en tiendas de cómics y otros círculos frecuentados por *devotos* de este tipo de animación mediante intercambio de cintas VHS, ya fuera en mano o por correo.

Los fans se aventuraban por los barrios étnicos en busca de contenidos; en un puñado de librerías japonesas de Nueva York y San Francisco, buscaban mangas

aún no traducidos ni distribuidos en Norteamérica. La red permitió a los fans iniciar sus propias operaciones a pequeña escala (y a veces piratas) para ayudar a importar, traducir y distribuir mangas y animes. (Jenkins, 2009:198)

Por todo esto, es comprensible asumir que el subtitulado amateur fue crucial para el crecimiento del mundo de los fans del anime en Occidente. Fueron los fans los que dieron a conocer el producto a otros y los que al subtitularlo lo hicieron más asequible.

El *fansub* es hijo de Norteamérica, pero la nueva actividad traductora no tardó en extenderse por Europa y otros países de Asia. Por otro lado, merece la pena mencionar que en el ámbito hispanohablante, el *fansub* comenzó en Latinoamérica principalmente por tres frentes: México, Argentina y Chile. La actividad no llegaría a España hasta pasados unos años (Martínez García, 2010).

LA TÉCNICA, ¿CÓMO SE HACE?

Ya hemos hablado de la razón por la que se empezaron a realizar los subtítulos, ahora nos toca contestar al cómo. ¿Cómo se podía realizar *fansub* domésticos en la época del VHS?

Mediante el VHS, Super VHS o Laser-Disc, para una mayor calidad, los *fansubbers* conectaban el reproductor de vídeo a su ordenador y creaban a partir de la traducción un archivo de imagen sobre el cual trabajar. Luego, con un programa como Sub Station o Alpha se sincronizaba la imagen y el texto. Cuando los subtítulos estaban terminados, el resultado se pasaba a un VHS y el trabajo quedaba listo para ser intercambiado con otros aficionados. También era habitual vender los *fansubs* a precio «de coste», incluyendo el precio de la cinta, el envío (si se mandaba por correo) y un suplemente por gastos de cabezales de vídeo y electricidad (Ferrer, 2005: 27 -28). Como se puede comprobar era un trabajo arduo y muy laborioso, que no solo requería conocimientos lingüísticos, de japonés si se realizaba sobre el original, o de inglés si se hacía desde una copia ya con subtítulos, sino también de informática, y lo que en la época se consideraban nuevas tecnologías.

LA ÉTICA, ¿QUÉ NORMAS SE APLICAN?

Cuando el mundo del *fansub* nació tenía dos fuertes normas dentro de su propio código ético:

1. Solo se distribuía *anime* con *fansub* que no estuviera licenciado y que si la serie conseguía licencia de distribución en el país-idioma que realizaba el *fansub* este cesaba su distribución. Por lo que sabemos esta norma se ha seguido aplicando hasta hace relativamente poco en el mundo del *anime*.
2. Que fuera sin ánimo de lucro. Eran subtítulos o ediciones hechas por fans para fans. Esta norma sigue estando vigente hoy en día y que sepamos se cumple. Lo que no significa que no haya quien saque rentabilidad de esta práctica, hemos leído y escuchado que a veces las propias productoras cogen los subtítulos, subtítulos no profesionales, para sus ediciones distribuidas en DVD, pero no sabemos qué veracidad puedan tener esas afirmaciones.

D. EL PRESENTE, MÁS INTERNET

Para Ferrer la revolución del *fansub* vino de la mano del sistema de comprensión DivX y de la democratización de Internet. Por un lado DivX redujo considerablemente el tamaño de los archivos de vídeo y por otro lado mejoró la calidad de las copias, consiguiendo que la distribución del *fansub* de anime de la época, basado principalmente en la técnica *hardsub* (vídeo y subtítulos integrados), pudiera dejar de hacerse de la forma tradicional, mano a mano o por correo, y pudiera alcanzar una distribución mucho más masiva gracias a Internet, aunque tampoco excesivamente (Ferrer, 2005: 28). No hay que olvidar que después de todo la mejora de las conexiones a Internet se dieron poco a poco y dependiendo de países, por muy reducidos que fueran los nuevos archivos, con una conexión deficiente su distribución aún sería complicada. Sin embargo, sin lugar a dudas, sí que es cierto que gracias a los nuevos sistemas de compresión, cada vez más avanzados y a la creciente rapidez y calidad de Internet, el *fansub* y la distribución de productos audiovisuales por Internet ha alcanzado un crecimiento muy rápido, en total apogeo, que ha hecho temblar a la propia industria audiovisual. Y es que con la difusión y la facilidad de creación, el *fansub* se escapó de sus orígenes, de solo anime, y a día de hoy se puede encontrar *fansub* de prácticamente cualquier producto audiovisual, de prácticamente cualquier procedencia.

Cualquiera que grabe un episodio concreto de la televisión, o directamente en el ordenador, puede colgarlo ese mismo día y ese mismo día puede estar traducido y subtitulado. Cuando hace 10 años era casi inconcebible que los subtítulos hechos por fans estuvieran terminados en la misma semana de su emisión, a día de hoy las series más seguidas pueden lograrlo en apenas unas horas.

De todos modos, con las nuevas costumbres audiovisuales algo más ha cambiado en la realización de *fansub* que la tecnología que se utiliza para ello o la rapidez con la que se puede hacer, las dos fuertes normas básicas dentro de su estricto código ético, también se han visto trastocadas. El fan sigue traduciendo y subtitulando por amor al arte, o mejor dicho, por amor a su *fandom*, esa es una regla tacita que no se ha visto alterada. Aunque sí que es cierto que hay personas que ganan, o ganaban dinero con ello, personas ajenas pero cercanas al *fandom* y seguramente por esa razón ha sido más fácil cerrar páginas web donde se distribuía material con subtítulos incorporados. Práctica, la de cerrar páginas web, que se está convirtiendo en una tendencia. Y es que esa norma primera y estricta que tenían los *fansub* de *anime*, de que cuando el producto conseguía licencia de distribución en el país, el material hecho por los fans desaparecía, ha sido claramente alterada. No sabemos si se sigue cumpliendo a raja tabla dentro del *anime*, ya que este no es nuestro campo específico de estudio, aunque sí hemos podido constatar que así se seguía haciendo hasta hace menos de cinco años, cierto es que con la amplitud de Internet, en la actualidad es imposible hacer afirmaciones absolutas.

Lo que sí que es cierto es que el *fansub* del resto de productos audiovisuales, en principio no nació con esa premisa, aunque sí que intentaba cubrir un hueco que la industria no reflejaba. Se subtitulaban series o películas antiguas o clásicas, que no habían sido distribuidas, que no estaban dobladas, ni subtituladas, a las cuales era imposible acceder de otra manera. Series o películas actuales, que no habían sido distribuidas y que parecía que no iban a serlo con brevedad, o en el caso de España, simplemente productos que solo se podían encontrar doblados al castellano o a cualquiera de sus idiomas oficiales, dejando fuera de juego a los espectadores que preferían ver el producto en versión original. Pero a día de hoy se traduce todo, lo que nunca se distribuirá y lo que estará en nuestras pantallas unos días después de su emisión en su país de origen, lo que crea unas fuertes dicotomías entre los fans y los *fansubbers*.

Los fans quieren inmediatez, ver su producto favorito cuanto antes mejor (si fuera posible en el mismo momento en el que se emite en su país de origen), si hay algún fallo en los subtítulos no es tan grave mientras se pueda entender el significado global. De todos modos el capítulo podrá volver a ser visualizado en otras ocasiones, con otros subtítulos, con los mismos revisados, en la televisión cuando se emita o en los DVDs; sin embargo los *fansubbers* quieren calidad, luchan por conseguir productos de calidad,

subtítulos que sean lo más correctos posibles y que cumplan unos estándares mínimos que a veces ni siquiera alcanzan los que aparecen editados en los DVD, que según *fansubbers* y traductores profesionales no reciben la necesaria atención por parte de la industria audiovisual, ya que siguen considerándose prescindibles.

E. LUGARES DE CREACIÓN Y DE PUBLICACIÓN.

En este apartado nos vamos a centrar en los lugares de creación y publicación, ya que en la mayoría de los casos son los mismos lugares, al referirnos al *softsub*, donde los fans crean subtítulos y los comparten de manera abierta, para que sean editados y mejorados por otros usuarios. Por un lado nos alejamos un poco del *anime*, donde nació esta práctica, para centrarnos en los subtítulos generalistas, y por otro lado nos centramos en la variante más colaborativa de esta actividad de fans. El *hardsub* se presume como una práctica más individual. Sin embargo, no hay que olvidar que subtítulos se pueden encontrar en muchos lugares de la red, hay fans de determinadas series o universos que los crean individualmente y los cuelgan en sus propias páginas personales, o comunidades de fans. Aparte de aquellos que los incrustan en el propio producto audiovisual y los distribuyen en la red, tanto a través de páginas de descarga directa, como de visionado *online*, o a través de la tecnología *P2P* (*Peer to peer*).

En España la comunidad de *fansubbers* más conocida seguramente sea la completamente «abierta» *Tusubtitulo.com*, heredera de la desaparecida *Subtitulos.es*, seguida por otras del tipo «grupo de traductores cerrado», que se puede encontrar en la web *Grupo TS*, antiguamente *TusSeries* o *Argenteam* (esta última de procedencia argentina). No está de más decir que ninguna de estas webs tiene ánimo de lucro, *Tusubtitulo.com* se mantiene gracias a la publicidad y *Grupo TS* a la de las donaciones de sus integrantes. Sus colaboradores lo son por amor al arte o en este caso al *fandom*. Por otro lado, en las dos páginas las traducciones se hacen a través de grupos de traducción y los subtítulos de base suelen ser los subtítulos para sordos de las propias cadenas donde se emite el producto originariamente, o similares, encontrados en páginas de subtítulos en inglés. Y ahí acaban las similitudes.

2.3.5. OTROS

A lo largo de este trabajo nos hemos extendido con las actividades creadoras de los fans que consideramos más significativas para el desarrollo de esta tesis, sin embargo dentro

de las modalidades creativas podemos encontrar alguna actividad más que nombraremos a continuación, para dejar claro todas las variantes que estas actividades conforman.

A. RECAP

Ya hemos hablado del *recap* en diversos contextos, la palabra viene de la inglesa *recapitulation* y literalmente y traducido desde el inglés significa recapitulación. Es un resumen, síntesis o compendio de un capítulo, una temporada o una serie completa, o tal vez de una película, o serie de ellas, cuando hablamos de sagas cinematográficas.

Los *recaps* se presentan en diferentes formatos (Scolari, Jimenez, Guerrero, 2012: 149):

- **Vídeo-recaps:** Que ya los hemos comentado en la sección de *fanvid* y que son resúmenes cuyo soporte es el vídeo.
- **Foto-recaps:** Estos son sumarios basados en galerías fotográficas realizadas a partir de capturas de pantalla de los episodios. Las escenas pueden estar acompañadas de pequeñas leyendas explicativas.
- **Recaps textuales:** Resúmenes en forma de texto, que pueden incluir capturas de pantalla.
- **Recaps infográficos:** Gráficos-resumen que integran texto, vídeo, fotos o sonido.

Figura 10. Recap infográfico de *Fringe*, captura



Las dos primeras capturas de un *recap* infográfico y animado donde se resumen las principales líneas argumentales, capítulos más importantes y personajes principales de las primeras cuatro temporadas de la serie *Fringe*. Realizado por Irene de la Torre. Programa utilizado Adobe Edge Animation.

Los *recaps* sirven en todo caso para dar a conocer una historia en el menor tiempo posible. Eso es bueno para los nuevos espectadores, que tal vez se quieran poner al día sin ver todo el material atrasado, sirviendo este *recap* de puerta a un nuevo mundo narrativo, y por otro lado ayudan al espectador habitual a recordar o percatarse de detalles que tal vez se le habían escapado en el primer visionado. Y es que «se puede hablar de tres propiedades inherentes a cualquier clase de recap en virtud de los objetivos y el tipo de público que se pretenden alcanzar: síntesis (resumen), recuerdo (espectadores habituales) y divulgación (nuevos espectadores) » (Scolari, Jimenez, Guerrero, 2012: 149).

B. *FILKING* O MÚSICA *FILK*

La música *filk* o las canciones *filk* son «las canciones creadas por los fans (...). Los fans suelen escribir canciones desde la perspectiva de personajes ficticios, cantando en su nombre y expresando aspectos de su personalidad» (Jenkins, 2010: 285), pero también desde el nombre de la propia comunidad de fans, como comunidad social característica. Es una forma de expresar los ideales, las creencias y las actividades del grupo de fans.

Aunque hay creadores de *filking* que crean tanto la letra, como la música de las canciones, lo más normal es que estas canciones tengan como base otras canciones ya preexistentes de la música popular o de la música folk, añadiendo su propio significado al que ya de por sí puede tener la canción o la música original. Henry Jenkins hablaba así del fenómeno a comienzo de los años 90.

El *filk* toma varias formas: las letras se publican en cancioneros hechos por los fans o como un elemento más en los *fanzines*; los clubs de música *filk* celebran reuniones mensuales; las convenciones de *filk* se celebran varias veces al año: el *filk* circula en cintas, ya sea informalmente (a través de trueques) o de forma más comercial (a través de varios distribuidores semiprofesionales). No obstante, es importante situar las canciones *filk* en su contexto original y principal, como textos destinados a ser cantados colectiva e informalmente por los fans que se reunían en las convenciones de ciencia ficción. (Jenkins, 2010: 287)

Sin embargo, las canciones creadas por los fans al igual que saltaron de los *fandoms* de ciencia ficción a cualquier otro *fandom*, saltaron de los ritmos populares a cualquier tipo de ritmos o músicas, y saltaron de las convenciones a Internet. Uno de los *fandoms* que más canciones creó hace unos años es el de la serie de animación infantil *My Little Pony*, que tiene numerosos fans entre el público adulto. Los fans de esta serie se autodenominan *bronies* y la actividad que más frecuentemente realizaban era la de escuchar música *brony*, música original inspirada por la serie y sus personajes. Hay una gran variedad de temas y estilos y es muy fácil disfrutar de ella ya que la gran mayoría se encuentra de forma gratuita en YouTube.

C. SCANLATIONS

Una *scanlations* es una versión traducida de un cómic cuya versión original se ha escaneado y modificado con programas de maquetación o diseño para introducir el texto en la lengua meta, una traducción también aficionada. El vocablo anglófono viene de la contracción de scan y translation. (Ferrer Simó, 2005; 29)

Esta práctica es también conocida como *scanslation* y suele estar unida a la cultura del *fansubbing* del anime, ya que en un principio solo estaba relacionada con los cómics manga y además nació más o menos por la misma época que el *fansub*, con la expansión de la cultura japonesa y con el deseo del público de Estados Unidos de recibir estos productos, tan difíciles de conseguir en su país. Tanto es así que el *scanlations* se convirtió en una forma de tantear el éxito que un cómic manga podía tener fuera de sus fronteras y así saber, si merecía la pena o no, que fuera distribuido.

En la actualidad el sector editorial pone a disposición del aficionado un gran abanico de productos de esta temática a nivel mundial, haciendo que conjuntamente con el gran trabajo que conlleva su realización, esta actividad se haya convertido en bastante secundaria y en muchos casos innecesaria. Aunque la práctica se sigue desarrollando y aún hay entusiastas comunidades de *scanlations*.

D. FANDUB

El *fandub* proviene de la contracción de las palabras inglesas *fan* y *dubbed* (doblado por aficionados) y son vídeos, películas o series de televisión a las que un grupo de

aficionados le realizan un doblaje no profesional, cambiando el idioma original por la lengua de su país. Como en el caso del *fansub*, el propósito de este pasatiempo es poner al alcance de los aficionados aquellas series o películas que son difíciles de conseguir o que sólo se encuentran en idiomas diferentes al propio. Pero el doblaje no tiene por qué ser literal, cuando se altera el guión, los personajes o el contenido este trabajo recibe el nombre de *redub* y si el doblaje consiste en una parodia se denomina *fundub*. También existe *fundub* de canciones, que consiste en la adaptación de la letra de una canción para que un cantante pueda interpretar la melodía de forma similar a la original; para ello se utiliza como base musical un background o pista karaoke de la canción.

E. DŌJINSHI

Los *dōjinshi* son cómics japoneses dibujados por aficionados. Una especie de *fanzines* de manga. Algunos se podrían considerar trabajos de aficionados (*fanwork*), pero en otros casos son simplemente publicaciones de manga de pequeña tirada. Normalmente, el dibujante de *dōjinshi* se basa en un manga o un anime de moda, pero como en el mundo del *fanfic* puede tomarse sus licencias creativas o incluir personajes originales. Como en los casos anteriores esta práctica está íntimamente relacionada con la cultura japonesa, en la actualidad existen *dōjinshi* sobre obras de autores europeos y americanos, como por ejemplo los libros de Harry Potter o la saga cinematográfica de *Star Wars*.

2.4. COPYRIGHT Y DERECHOS DE AUTOR.

En el *fanwork* hay una cuestión indiscutible y es que se basa, en un principio, en el trabajo de otros, lo que remite ineludiblemente al tema del copyright y los derechos de autor.

La estética fan se centra en la selección, alteración, yuxtaposición y recirculación de imágenes y discursos ya creados. En pocas palabras, una cultura pirateada exige un concepto de la estética que ponga énfasis en la apropiación y la recombinación tanto o más que en la creación original y la innovación artística. (Jenkins, 2010: 256)

Por consiguiente parece claro pensar que los fans «no se inmutan ante las concepciones tradicionales de propiedad literaria e intelectual, asaltan la cultura de masas reivindicando sus materiales para sus propias finalidades, reelaborándolos como base para sus propias reacciones culturales e interacciones sociales» (Jenkins, 2010: 31), pero opuestamente a lo que se pueda creer, por todo lo dicho anteriormente, el fan es sumamente respetuoso con la idea de autoría, o con la imagen del autor. El fan creador reinventa el trabajo de otros, pero siempre tiene presente al autor, la idea del creador es sumamente importante en la cultura fan. Tanto al autor de la obra original en la que basan sus trabajos fans, como al autor que realiza sus trabajos dentro del *fandom*.

El respeto ante la autoría del *fanwork* es fácilmente identificable porque todo el *fanwork* suele estar firmado. El autor quiere ser un ente visible. Como ya hemos comentado una de las cosas que desea el creador fan es ser reconocido dentro de la comunidad, y la comunidad se lo reconoce no solo de una forma directa sino en «el respecto de la autoría intelectual, expresado en detalles como pedir permiso mediante un correo electrónico para reproducir una historia en páginas web distintas de las que el autor ha utilizado, etc. » (Morán, 2007:50). Puede parecer un contrasentido, pero el fan quiere tener cierto control sobre su trabajo. Por ejemplo, ya que él no gana dinero con su trabajo, no quiere que nadie lo haga, quiere saber en la medida de lo posible donde están sus obras y que nadie las firme en su nombre, quiere hacer prevalecer su calidad o que nadie utilice su material sin darle la referencia adecuada y sobre todo quiere que aquellos que disfrutan de su trabajo se puedan poner en contacto con él sin dificultad. El fan hace productos para el consumo del *fandom*, pero quiere que el *fandom* respete su trabajo y su autoría.

En abril de 2015 un pequeño huracán golpeo la red, cuando se descubrió que una página estaba descargando todos los *fanfic* de *Archive of our own* en formato ebook para ponerlos a disposición de sus clientes, sin haber pedido permiso a sus autores. Los escritores de *fanfic* se enfadaron mucho y empezaron una campaña en contra de la página que les había robado su trabajo. Esa misma noche la página ya estaba borrando los *fanfic* que había usurpado, sin aún quedar muy clara cuál era la finalidad de la nueva web.

Jenkins cuenta en uno de sus libros otra anécdota de la época de los zines.

El descubrimiento de que algunos distribuidores habían estado «haciendo contrabando» con zines, copiándolos para venderlos sin la autorización de sus editores, volvió a centrar la atención en las obligaciones éticas entre los editores de zines y sus lectores. Algunos editores acusaron a los «contrabandistas» de «perjudicar a los grupos de fans» al impedir recuperar los costes de producción. Otros defendieron esta práctica porque permitía que un gran número de lectores tuviera acceso a las historias y porque desafiaba el derecho del editor a aplicar derechos de autor a las historias originales, basadas en personajes que ya habían sido tomados de otras obras sujetas a derechos de autor. Algunos afirmaron que la «especulación» de un pequeño número de editores, que aumentaban el precio de sus publicaciones, hacía que estas prácticas fueran más atractivas. Sólo unos pocos editores de zines en la actualidad incluyen avisos en los que animan a sus lectores a copiar y hacer circular sus materiales, insistiendo en que ellos escriben principalmente para compartir sus ideas con otros fans y no como parte de un sistema de intercambio económico (...). Esta aversión por obtener beneficios del grupo de fans no refleja tanto una resistencia política o económica general al capitalismo, como un deseo de crear formas de producción y distribución culturales que reflejen la reciprocidad de la comunidad de fans. Los *fanzines* no son mercancías comerciales que se venden a los consumidores; son productos que se comparten con amigos y futuros amigos. (Jenkins, 2010: 188)

Como se puede comprobar los debates que vive la industria con los fans, también los vive el fan con otros fans. Pero antes de centrarnos en la idea del conflicto, vamos a volver al tema de la autoría.

Así como el *fandom* respeta la autoría del artista fan, así respeta a los «padres» de sus productos admirados. Ciertamente es que esta relación suele ser de amor-odio, dependiendo de las circunstancias y los momentos, pero el fan dado el caso siempre tiene presente al

creador, ya que es quién ha dado vida a aquello que le gusta, y quien después de todo tendrá la última palabra.

Para ejemplificarlo está el concepto de *disclaimers*:

Una declaración en la que el autor reconoce que los personajes y líneas maestras con que juega en su historia pertenecen al autor de la ficción original, así como que escribe la *fanfic* sin afán de lucro y únicamente movido por un espíritu lúdico. (Morán, 2007: 35).

Colocar un largo *disclaimers* en los *fanfic* era una vieja costumbre que se ha perdido con el paso de los años. Para comprenderlo mejor, a continuación reproduciremos el *disclaimer* tipo que se podía encontrar en los *fanfic* de Expediente X.

Disclaimer: Este *fanfic* es una historia de ficción basada en la serie Expediente X. Mulder, Scully y el resto de los personajes mencionados son propiedad intelectual de Chris Carter, producciones 1013 y la cadena Fox. Yo no intento violar las leyes del copyright, ni obtengo ningún tipo de remuneración económica por escribir esto.

Los fans respetan al autor de la historia y de los personajes como creador, a los actores y al equipo técnico que les da vida. Solo quieren tener derecho a jugar con sus personajes favoritos creando cosas nuevas o a criticar, al igual que a alabar, cuando algo les gusta o no les disgusta. El fan cada vez es menos pasivo. Cada vez son más los fans implicados, que se muevan o no a través de Internet (aunque casi siempre es a través de Internet), reclaman su derecho como televidentes activos y exigen algo más que una caja donde se vean imágenes, lo que de nuevo crea una dicotomía y un debate abierto entre lo que se puede y no se puede consentir. Y es que el *fandom* y sus actividades se mueven irremediabilmente en alas de la ilegalidad o alegalidad, aprovechándose del hecho de que su actividad no es comercial y de que los fans no tienen remuneración por serlo.

Los creadores de la «obra madre», como define Carmen Morán a esas ficciones preexistentes y conocidas de antemano por autores y lectores, cada día son más

conscientes de la muerte del espectador pasivo y en su mano está el hecho de aprovecharse o dejar pasar la oportunidad. En la mayor parte de los casos han decidido beneficiarse de la coyuntura, apoyándose en las conocidas narrativas transmedia. De todos modos hay actividades y actividades y algunas molestan más que otras, e invaden más o menos el terreno del copyright. Sea como sea, a las productoras y estudios parece, de primeras, y siempre que sea sin ánimo de lucro, no importarles ciertos trabajos y normalmente son permisivos con esta práctica, incluso a veces, como ya se ha dicho, la apoyan. El *fanwork* no deja de ser una «prueba del índice del éxito de una serie, película, libro, cómic o videojuego, y alimentan el interés por estos, como una poderosa – y gratuita – forma de publicidad» (Morán, 2007: 36).

Hay autores como J.K. Rowling ⁴⁷ creadora de la saga Harry Potter, por ejemplo, quien ha llegado a comentar que se siente halagada de que alguien se tome el tiempo de escribir algo basado en sus personajes y no pone trabas para su creación, siempre y cuando sea algo de buen gusto, con muchas reservas hacia los NR-17, no comercial y que se indique claramente el nombre del autor, para que no se le atribuyan a ella. Los buenos deseos de J.K. Rowling para sus fans, sin embargo, recibieron un duro revés cuando la Warner Bross compró los derechos para el cine de los libros y comenzó una verdadera caza de brujas en el mundo del *fandom*, demandando a adolescentes que mantenían sus páginas sobre Harry Potter. La agresiva reacción de la Warner Bross hacia, normalmente menores, fans de Harry Potter, levantó ampollas dentro del *fandom*, creando una lucha activa entre fans y productora, que al darse cuenta de que estaba luchando frontalmente con su público objetivo tuvo que retractarse.

En el otro extremo de las autoras de *best seller* se encuentra Anne Rice, que intenta impedir cualquier *fanfic* de sus personajes, tanto es así que Fanfiction.net no tiene una sección para los relatos de su libro Entrevista con el Vampiro, aunque sé sabe que existen, ya que esta obra es muy apreciada como *fandom*. La autora ha perseguido activamente cualquier trabajo derivativo que tenga que ver con cualquiera de sus libros, aunque lógicamente es muy difícil, por no decir imposible, impedir su creación. Sin embargo, no es ni la primera, ni la única.

⁴⁷ Declaraciones reflejadas en el artículo WATERS, Darren. Rowling backs potter fan fiction de Darren Waters para la BBC News. 27 de mayo de 2004 (<http://news.bbc.co.uk/2/hi/entertainment/3753001.stm>)

Figura 11. Captura de Fanfiction.net

FanFiction respects the expressed wishes of the following authors/publishers and will not archive entries based on their work:

- Anne Rice
- Archie comics
- Dennis L. McKiernan
- Irene Radford
- J.R. Ward
- Laurell K. Hamilton
- Nora Roberts/J.D. Robb
- P.N. Elrod
- Raymond Feist
- Robin Hobb
- Robin McKinley
- Terry Goodkind

Failure to comply with site rules will result in the removal of stories and/or suspension of account.

Captura de la página *Fanfiction.net* donde aparecen todos los autores que han prohibido la creación de *fanfictions* con sus obras.

Otros se lo toman como pueden, con paciencia, resignación y sentido del humor. Aunque los protagonistas de la serie *Supernatural* (2005 - actualidad) son hermanos, Sam y Dean Winchester, hay una gran cantidad de fans y de *fanwork* en la red en la que se les involucra románticamente. Realmente ese sería un hecho para tratar con profundidad, pero este no es el lugar.

Eric Kripke, el creador de la serie, se ha empeñado en explicar a los fans una y otra vez y de todas las maneras posibles que los dos protagonistas de su serie no pueden tener una relación sentimental, romántica o sexual, ya que son hermanos. Uno de los intentos más sonados por intentar parar esta tendencia, sin mucho éxito, fue el capítulo 18 de la cuarta temporada *The Monster at The End of This Book*. En este los hermanos descubren que alguien está escribiendo libros basados en sus aventuras y que existe un foro de fans dedicado a ellos mismos. En una escena relajada y divertida el hermano mayor encuentra la palabra *slash* en el foro y no sabe lo que significa.

Dean: (Leyendo en el ordenador) Hay chicas de Sam y chicas de Dean y...
¿qué es *slash* fan?

Sam: Como en Sam/Dean. Juntos.

Dean: ¿Como juntos, juntos?

Sam: Sí.

Dean: (Alucinado) Saben que somos hermanos, ¿verdad?

Sam: Parece que no importa.

Dean: ¡Oh, vamos! Eso... eso es enfermizo...⁴⁸

Lo único que consignó Eric Kripke fue una respuesta hilarante por parte de los fans que pensaban igual que él y que le siguieran apoyando en su firme decisión, pero aquellos fans a favor del *slash* se enfadaron y se sintieron insultados, lo que acarreó un buen revuelo dentro del *fandom*. Sea como sea es un buen ejemplo de cómo las ideas de los fans llegan cada vez más a los autores.

Otro caso muy curioso en referencia a la actitud de los creadores ante el *fandom* y con el tema del copyright es el ya nombrado George Lucas y la franquicia de *La guerra de las galaxias*. Lucas se ha movido entre el apoyo a las obras de sus fans y la criminalización de los mismos, dependiendo de los casos.

Dentro de la franquicia de *La guerra de las galaxias*, Hollywood ha intentado acabar con las creaciones de ficción de los fans, luego ha reclamado su propiedad sobre ellas, para acabar ignorando su existencia; ha promocionado las obras de realizadores de vídeo aficionados, pero limitando asimismo los tipos de películas que pueden hacer; y ha tratado de colaborar con los jugadores para crear un videojuego multijugador con el fin de satisfacer mejor las fantasías de éstos (Jenkins, 2008: 140).

Jim Ward, vicepresidente de *marketing* de Lucasfilm declaró en 2002 a la periodista del *New York Times* Amy Harmon:

Siempre hemos trazado la línea con mucha claridad. Adoramos a nuestros fans.

Queremos que se diviertan. Pero, si alguien utiliza nuestros personajes para crear

⁴⁸ Fragmento original del episodio 4×18 «The Monster at The End of This Book» (Supernatural)
Dean Winchester: [Reading on the computer] There's Sam Girls and Dean Girls and- What's a slash fan?
Sam Winchester: As in Sam-slash-Dean. Together.
Dean Winchester: Like «together» together?
Sam Winchester: Yeah.
Dean Winchester: [Horried] They do know we're brothers, right?
Sam Winchester: Doesn't seem to matter.
Dean Winchester: Oh, come on, that... that's just sick
Texto encontrado en el apartado de la serie Supernatural en IMDB
(http://www.imdb.com/title/tt1222604/trivia?tab=qt&ref_=tt_trv_qu)

su propia historia, creemos que eso no encaja con el espíritu de los fans. El auténtico fan celebra la historia tal como es (Jenkins, 2008: 153)

Parecen unas declaraciones curiosas para una empresa que ha potenciado las parodias sobre su propio producto. O tal vez es un «si no puedes vencerles únete a ellos», de todos modos George Lucas dio su permiso

...para que un grupo de fans hicieran Star War Revelations, una película sin ánimo de lucro, que ha sido posible gracias al esfuerzo combinado de artistas, fans y la industria del cine local en Virginia del Norte, Maryland y Washington DC, y que se ubica entre el Episodio III y IV de la saga Star Wars. (Martos Núñez, 2006: 67)

El último límite inquebrantable, por lo que parece ser, es el monetario. Y teniendo en cuenta que después de todo estamos hablando de una industria, resulta totalmente comprensible.

De todos modos, hay una pregunta que sigue implícita, en esta cultura actual tan de remix, ¿a quién pertenecen los universos de ficción? La narrativa postmoderna se alimenta de la hibridación y el reciclaje de materiales como mecanismo natural. Muchas de las obras más emblemáticas de nuestro tiempo, como El Señor de los Anillos, se han inspirado a su vez en conocidos materiales folklóricos o literarios. Lo que en principio puede parecer un tema legal, ¿no es un indicador de los nuevos tiempos? Todos son agentes de la obra: el autor de origen, los otros autores, las editoriales, las productoras, el lector mismo... La obra cobra autonomía, vive al margen de sus autores reales o de su editorial o productora: el *fandom* nos demuestra que los aficionados son capaces de apropiarse de obras de autores – vivos o muertos y de continuarlas por su cuenta (Martos Núñez, 2006: 67).

El texto le pertenece al lector, lo elabora el lector en cada lectura, y como legítimo propietario de su fantasía no debería haber impedimento para que lo gestionase como creyera conveniente. Se habla mucho de los derechos de autor, pero ¿y los derechos del lector? Como escritor, entiendo que mis personajes no

me pertenecen: de entrada, porque eso constituiría una modalidad como otra cualquiera de esclavismo contemporáneo. (Fernández Mallo, 2008)

Sea como fuere, según las leyes actuales de copyright, propiedad intelectual y derechos de autor en la mayoría de países, el propietario de los derechos de una obra tiene el derecho de controlar o restringir la publicación de trabajos derivados, aunque no reciba la propiedad de estos. Por lo tanto, el propietario del copyright de una obra original tendría poder legal sobre la distribución de cualquier proceso creativo que se cree dentro del *fandom*.

Sin embargo, otro debate se produce con respecto a este arte derivado, uno que se ha visto patente en todo este estudio ¿hasta qué punto causa daño? ¿Merece la pena perseguirlo? ¿Merece la pena la mala publicidad generada por el hecho de atacar a los fans? Una gran empresa se lo pensará dos veces antes de emprender acciones legales contra el mundo del *fandom*, dadas las malas experiencias anteriores, y más teniendo en cuenta que esta actividad funciona como un parámetro de éxito o aceptación de un producto. En el pasado estas actividades estaban prácticamente criminalizadas y sus autores escondían sus nombres y tenían mucho cuidado para librarse de posibles querellas judiciales, en la actualidad con la difusión y el conocimiento, parece que tanto fans como autores se han relajado un poco, siempre y cuando no atente directamente hacia su negocio.

SEGUNDA PARTE

3. PREGUNTANDO A LOS FANS ACERCA DE LOS FANS. UN CUESTIONARIO DE AUTOCONOCIMIENTO.

A fin de obtener datos cuantitativos, a propósito del fenómeno fan y sus miembros, se ha diseñado un cuestionario exprofeso para esta investigación, dirigido a fans y miembros del *fandom* hispanohablantes, con el objetivo de conseguir datos previos a la realización de entrevistas personales a fan artistas, lo que nos ha permitido conocer mejor al miembro del *fandom* hispanohablante.

La encuesta consta de 35 preguntas, divididas en dos partes.

La primera parte, que consta de 10 preguntas, estaba dirigida a todos aquellos encuestados que se consideraran fans. Con sus resultados se intentó conocerlos a través de, principalmente, datos demográficos.

La segunda parte, que consta de 15 preguntas, estaba dirigida a aquellos encuestados que, además de fans, se consideraran parte del *fandom* o que realizaran alguna de las actividades típicas que se presuponen en estas comunidades. Con sus resultados se intentó conocer la relación entre fans, las actividades que realizan y su posible labor formativa.

A continuación se reproducen las preguntas del cuestionario.

1. - ¿Eres o has sido fan de algún tipo de producto cultural *mass media* como libros, películas, series de televisión, cómics o videojuegos?
 - Sí
 - No
2. - Sexo.
 - Hombre
 - Mujer
3. - ¿Cuál es tu rango de edad?
 - 13 años o menos.

- De 14 años a 18 años.
- De 19 años a 23 años.
- De 24 años a 28 años.
- De 29 años a 33 años.
- De 34 años a 43 años.
- De 44 años a 53 años.
- De 54 años a 63 años.
- 64 años o más.

4. - ¿De dónde eres?

- Argentina
- Bolivia
- Chile
- Colombia
- Costa Rica
- Cuba
- Ecuador
- El Salvador
- España
- Guatemala
- Guinea Ecuatorial
- Honduras
- México
- Perú
- Panamá
- Paraguay
- Puerto Rico
- República Dominicana
- Sahara Occidental
- Uruguay
- Venezuela
- Otro

5.- Número de habitantes de la población donde vives.

- Menos de 5000 habitantes.
- De 5000 a 20000 habitantes.
- De 20000 a 100000 habitantes.
- De 100000 a 500000 habitantes.
- De 500000 a 1000000 habitantes.
- Más de 1000000 habitantes.

6.- ¿Cuáles fueron tus últimos estudios finalizados?

- Educación primaria.
- Educación secundaria.
- Formación profesional.
- Educación preuniversitaria.
- Educación universitaria.
- Postgrados-Doctorados-Masters (cualquier estudio superior tras el primer título universitario).

7.- ¿Qué haces en la actualidad?

- Estoy trabajando.
- Estoy buscando trabajo.
- Estoy intentando montar mi propio negocio.
- Estoy a cargo de la casa, los hijos o personas enfermas.
- Estoy jubilado/a.
- Estoy cursando estudios inmediatamente superiores a mi última titulación.
- Estoy estudiando idiomas (dentro o fuera de instituciones oficiales).
- Estoy estudiando algo relacionado con la informática: programación, diseño gráfico, creación de páginas web (dentro o fuera de instituciones oficiales).
- Otro.

8.- ¿Principalmente a través de qué producto cultural te haces fan?

- Películas
- Series de televisión

- Libros
- Cómics
- Video juegos
- Otro

9.- Escribe el nombre de aquellos productos, personajes o universos de los que eres o has sido más fan (por ejemplo Harry Potter, Marvel, *Expediente X*, Superman).

10. - En total ¿cuántos años llevas formando parte del mundo de los fans?

11.- ¿Te consideras o te has considerado en algún momento parte de algún *fandom* (comunidad de fan)?

- Sí
- No

12.- ¿Pertenece o has pertenecido al *fandom* de alguno de los productos, personajes o universos de los que anteriormente te has declarado fan? Si es que sí, ¿de cuáles?

13. - ¿Formabas parte de un *fandom* antes de conocerlo a través de Internet?

- Sí
- No

14. - ¿Cuándo empezaste a formar parte del *fandom* en Internet?

- Antes del año 2000.
- Del 2001 al 2005.
- Del 2006 al 2010.
- Después del 2010.

15. - ¿En este momento formas parte de algún *fandom*?

- Sí
- No

16. - ¿Por qué en este momento no formas parte de un *fandom*?

- No tengo tiempo.
- No hay ningún producto cultural que me guste lo suficiente en este momento.
- Ya no es algo a lo que me interese dedicar tiempo.
- Tengo otro *hobby* que me gusta más.
- Ya no me siento cómodo/a dentro del *fandom*.
- El *fandom* que seguía apenas tiene actividad y público en la actualidad.
- Otro.

17. - ¿Escribes o has escrito *fanfiction*?

- Sí
- No

18. - Marca la o las opciones que más te representen como escritor/a de *fanfiction*.

- Ya escribía *fanfic* antes de saber lo que eran.
- El primer relato que escribí, fuera aparte de la escuela, fue un *fanfic*.
- Me gustaría ser escritor/a, guionista, periodista... algo que me permita escribir.
- Desde que escribo *fanfic* mi técnica ha mejorado y me fijo en cosas que antes no hacía.
- Escribo *fanfic* porque me gusta escribir y así es más fácil llegar a lectores potenciales.
- He estudiado o estudiaré Filología, Literatura, Ciencias de la Información...
- Escribo o escribía ficción original.
- He escrito *fanfiction* en un idioma diferente al castellano.
- He escrito un *fanfic* como deberes para mis clases de inglés, castellano u otro idioma.
- Escribir *fanfic* me motiva a seguir escribiendo.
- Nunca he publicado mis *fanfiction*.
- Ya no escribo *fanfiction*.

- Otro.

19. - Marca la o las opciones que más te representen con respecto a los *beta* o *beta-reader*.

- No sabía lo que era un o una *beta*, me acabo de enterar.
- No tengo *beta*.
- Cambio de *beta* dependiendo del *fandom* o de las circunstancias.
- Quiero un o una *beta* fija, pero no la consigo.
- Tengo un o una *beta* fija desde hace muchos años.
- Tengo más de un o una *beta* fijos.
- No publico si mi *fanfic* no está *veteado*.
- Publico si mi *fanfic* no está *beteado*, pero prefiero no hacerlo.
- No me gusta que me corrijan, nadie comprende mis ideas tan bien como yo.
- Me gusta que me den un buen repaso a la ortografía.
- Me gusta que me comenten cualquier detalle mejorable.
- Otro.

20-. ¿Eres o has sido *beta* en alguna ocasión o de manera constante?

- Sí
- No

21.- Marca la o las opciones que más te representen como *beta*, *beta-reader*, editor...

- Estudio o he estudiado algo relacionado con la edición o corrección de textos.
- Siempre *beteo* a las mismas personas.
- Me ofrezco como *beta* en páginas como Fanfiction.net o en otras páginas donde hagan este tipo de listados.
- No es algo que haga normalmente, pero si alguien me pide que lo *betee* lo hago.

- Cuando veo que alguien conocido se está planteando escribir *fanfic* me ofrezco como *beta*, para fomentar que haya más escritores de *fanfic*.
- Suelo corregir ortografía.
- Suelo ayudar con las tramas.
- Suelo ayudar con la consistencia de la historia.

22.- ¿Lees *fanfiction*?

- Sí
- No

23.- Marca la o las opciones que más te representen como lector de *fanfic*.

- Leo principalmente *fanfics* en castellano.
- Leo *fanfics* en castellano porque no los encuentro en inglés.
- Leo principalmente *fanfics* en inglés.
- Leo *fanfics* en inglés porque no los encuentro en castellano.
- Leo indistintamente *fanfics* en castellano o en inglés.
- Me gusta más leer en inglés, creo que los *fanfics* son mejores.
- Leo principalmente *fanfics* en otros idiomas (ni inglés, ni castellano).
- Leo *fanfic* en otro idioma con traductores automáticos.
- Empecé a leer *fanfics* en otros idiomas para practicar otro idioma.
- Desde que leo *fanfics* en otro idioma que no es el mío, mi capacidad lectora en ese idioma a mejorado mucho, ya apenas necesito consultar diccionario o traductores.
- Tengo autores favoritos.
- Una de mis aficiones favoritas siempre ha sido leer.
- Leo más desde que leo *fanfic*.
- Un *fanfic* es la primera historia que leí sin obligación.
- Desde que leo *fanfics* leo menos ficción original.
- Si el *fanfic* no cumple unos mínimos de estructura y gramática, no lo sigo leyendo después de unos párrafos.
- Leo *fanfics* prácticamente a diario.
- Leo *fanfics* más o menos una vez a la semana.

- Leo *fanfics* una vez al mes o menos.
- En cuanto me aficiono a un nuevo producto busco *fanfic* sobre él.
- Otro.

24.- Marca la o las opciones que más se ajusten a tu relación con el *feedback*: los comentarios, *review*, *kudos*, me gustan...

- No comento los *fanfic* en otros idiomas diferentes al mío porque tengo miedo de no expresarme correctamente.
- Comento o no comento los *fanfics* indistintamente del idioma en el que estén escritos.
- Comento todos los *fanfics* que me gustan.
- Comento un alto grado de los *fanfics* que me gustan.
- Intento dejar unos comentarios constructivos en cada *fanfics* que comento.
- Solo comento los *fanfics* de mis conocidos.
- No suelo dejar comentarios en ningún *fanfic*.
- Si algún *fanfics* no me gusta, le digo al escritor la razón.
- Aunque no comente, siempre intento dejar una felicitación, *kudo*, me gusta... a los *fanfic* que me han gustado.
- Otro.

25.- ¿Haces o has hecho *fanart*?

- Sí
- No

26.- Marca la o las opciones con las que te sientas más identificado como creador de *fanart*.

- En la actualidad no hago *fanart*.
- No publico *fanart*.
- Tengo bastante *fanart* sin publicar.
- Aprendí a manejar Adobe Photoshop, Gimp o cualquier otro programa de manipulación fotográfica para poder hacer manipulaciones o *gifs* sobre lo que soy fan.

- He hecho *fanart* en mis clases de dibujo.
- Nunca he recibido clases de dibujo o ilustración, soy autodidacta.
- Soy diseñadora gráfica.
- Soy ilustradora.
- Pregunto y comparto técnicas con otros creadores de *fanart*.
- He realizado tutoriales con mis conocimientos para poderlos compartir con el *fandom*.
- Mi *fanart* se centra en la manipulación de imágenes.
- Mi *fanart* se centra en la ilustración.
- Mi *fanart* se centra en otra técnica diferente a las nombradas con anterioridad.
- Mi *fanart* está dentro del *canon* (retratos, representaciones de escenas...).
- Mi *fanart* representa historias fuera del *canon* (universos alternativos, situaciones alternativas...).
- Otro.

27.- ¿Te gusta el *fanart*? ¿Buscas *fanart*?

- Sí
- No

28.- Marca la o las opciones que más te representan.

- Sigo a mis autores de *fanart* favoritos en al menos una red social.
- Comento los *fanart* que me gustan.
- Reblogueo, retuiteo... los *fanart* que me gustan.
- Cuando entro en un nuevo *fandom* busco *fanart*.

29.- ¿Haces o has hecho *fanvid* (vídeos editados por fans usando clips de series y películas) o *vidding*?

- Sí
- No

30.- Marca la o las opciones que más te representan como creador de *fanvid*.

- En estos momentos no hago *fanvid*.
- Intenté hacer un *fanvid*, pero no me gustó el resultado y no lo publiqué.
- Aprendí a manejar Movie Maker, Adobe Premiere o cualquiera otro programa de edición de imágenes para poder hacer *fanvid*.
- Nunca he recibido clases de edición de vídeo, soy autodidacta.
- Pregunto y comparto técnicas con otros creadores de *fanvid*.
- He realizado tutoriales con mis conocimientos para poderlos compartir con el *fandom*.
- Mis vídeos cuentan historias.
- Mis vídeos son vídeos musicales.
- Mis vídeos son recopilatorios de imágenes o trozos de series, películas...
- Lo que hago es cortar una escena, secuencia o momentos específicos y subirlo a la red para remarcar la importancia de ese momento.
- Otro.

31.- ¿Te gusta el *fanvid*? ¿Buscas o *fanvid* o *vidding*?

- Sí
- No

32.- Marca la o las opciones que más te representen.

- Tengo a mis creadores de *fanvid* favoritos y estoy suscrita a sus canales de YouTube o Vimeo.
- Comento los *fanvid* que me gustan.
- Reblogueo, retuiteo... los *fanvid* que me gustan.
- Cuando entro en un nuevo *fandom* busco *fanvid*.

33.- ¿Eres creador de *fansub* (subtítulos)?

- Sí
- No

34.- ¿Eres usuario de *fansub* o subtítulos?

- Sí
- No

35. - Marca la o las opciones que más te representen con respecto a estas actividades de fans.

- Navego en las páginas oficiales de aquello que soy fan.
- Comento sobre mi afición en Twitter u otras redes sociales.
- Tengo uno o varios grupos de WhatsApp donde hablo de aquello de lo que soy fan.
- Compro o he comprado *merchandising*.
- He creado una web, un blog o un microblogging sobre mi afición.
- Soy o he sido moderador de una comunidad *online*.
- Busco *spoilers*.
- Leo o he leído *recaps*, *review* o resúmenes.
- Hago o he hecho *recaps*, *review* o resúmenes, textuales, fotográficos, infográficos o en vídeo.
- Participo o he participado en visionados en grupo.
- Participo o he participado en lecturas en grupo.
- Voy o he ido a expos y convenciones oficiales.
- Voy o he ido a *kedadas* con otros fans.
- Organizo o he organizado *kedadas* con otros fans.
- Juego o he jugado al rol (*online* u *offline*).
- Tengo y juego con los juegos de mesa y videojuegos oficiales de mi afición.
- He creado juegos relacionados con mi *fandom*.
- Tengo o he tenido mi propio canal de YouTube para hablar de mi afición.
- Tengo o he tenido un podcast para hablar de mi afición.
- Escribo y canto música *filk*.
- Escucho música *filk*.
- Hago *scalations*.
- Leo *scalations*.
- Hago *fandub*.

- Hago *dōjinshi*.
- Leo *dōjinshi*.
- Hago o hice *fanzines*.
- Leo o leía *fanzines*.
- Veo o vi *fanfilm*.
- Hago o hice *fanfilm*.
- Practico o he practicado *cosplay*.
- Otro.

Dicha encuesta se encuentra de forma íntegra en el Anexo 1, donde se podrá ver que aparecen dos preguntas más relacionadas con los *fansub*, que al final no se analizaron. Aunque el *fansub* es una actividad importante y su desarrollo es muy interesante, sus particularidades lo alejaban de las actividades creativas que eran la prioridad de este trabajo.

La encuesta se difundió por Internet, ya que era a través de este medio que nos interesaba más trabajar, teniendo en cuenta que es donde se difunden y comparten la mayor parte de los trabajos de fans, que después de todo son los que van a ocupar la mayor parte de este estudio.

La difusión principal se realizó en la red social Twitter a través de este mensaje.

Necesito fans de series, libros, pelis, cómics... que rellenen esta encuesta para mi tesis. ¡Contesta y RT ! docs.google.com/forms/d/1F6jFV...

El mensaje fue colgado por primera vez el 5 de febrero de 2016 y fue retuiteado, aparte de por casi todos nuestros contactos de Twitter (quienes también hicieron llegar el mensaje a Facebook y posiblemente a otras redes sociales), por varias cuentas de Twitter de cadenas de televisión de pago especializadas en ficción y varias cuentas dedicadas a diversos productos culturales y sus fans.

Tras una semana de difusión total (tuiteando unas cuantas veces al día desde nuestra cuenta oficial y pidiendo a otras cuentas que lo hicieran), ya había 2316 encuestas contestadas, número que cubría ampliamente nuestras expectativas. Sin embargo, la encuesta siguió abierta unas semanas más.

Cuando decidimos cerrarla definitivamente, un mes después, había recibido 2406 respuestas validas de personas que se consideran a sí mismas fans. En total, 2442 personas entraron en la encuesta, pero 36 de ellas contestaron no a la primera pregunta de si se consideran fans, la cual, claramente, era eliminatoria. Por lo tanto 2406 encuestas, de 2406 fans será la cifra de la que partiremos para este estudio.

3.1. ¿QUIÉNES SON, DÓNDE ESTÁN Y QUÉ HACEN LOS FANS?

En primer lugar, se trataba de conocer en profundidad a los fans hispanohablantes a partir de deatos sociodemoráficos. Nos centraremos en quiénes son, dónde están y qué hacen.

3.1.1. ¿QUIÉNES SON?

De las 2406 personas que contestaron nuestra encuesta, un 65,9 % eran mujeres (1586), lo que duplica el porcentaje de fans hombres, 33,9 % (815). Aunque esta es una diferencia muy importante, no tenemos la certeza de que sea un dato especialmente relevante o significativo a la hora de saber si hay más o menos hombres fans en relación con mujeres (ya que, muy a nuestro pesar, no contamos con una muestra representativa en su totalidad, la cual hubiéramos podido conseguir con una investigación financiada, pero no era nuestro caso). La encuesta la contestó quien así lo deseó, sin filtros posibles y además, queremos repetir, que estamos sumamente agradecidos de que tanta gente la completara tan minuciosamente.

Tabla 1. Cuestión de género. Hombres y mujeres fans

Género		
Mujeres	65,92 %	1586
Hombres	33,87 %	815
NC	0,21 %	5
N	100 %	2406

Fuente: elaboración propia.

Así que, con estos datos podríamos decir que hay más mujeres que hombres fans, pero puede atribuirse a que las mujeres estuvieran más interesadas en contestar o colaborar, o que por los motivos que fueran, la encuesta llegó más a ellas. En todo caso, este apunte es importante y a tener en cuenta a la hora de analizar los datos.

Así, todos o casi todos los ítems que analizamos de aquí en adelante tendrán en cuenta el factor género, ya que a lo largo de los años la observación *in situ* del fenómeno fans sí que ha presentado diferencias significativas entre sexos, con relación a los gustos y actividades fans. Estas diferencias parece que se están disipando de día en día, idea que por otro lado también nos interesa analizar. Sea como sea nos parece algo significativo y a destacar.

Por otro lado, 5 encuestados decidieron no responder la cuestión de género. Estadísticamente, este dato es prácticamente irrelevante, pero será importante tenerlo en cuenta a partir de ahora, desde un punto de vista matemático.

Con respecto a la edad, la mitad de los fans encuestados se encuentran en la franja de edad entre los 19 y 28 años, descendiendo significativamente los representantes fans encuestados mayores de 43 y menores de 14 años.

Tabla 2. Cuestión de edad, cuando se empieza y cuándo se deja de ser fan

Edad	Porcentaje	Frecuencia
13 años o menos	0,7	16
De 14 años a 18 años	12,5	300
De 19 años a 23 años	26,2	631
De 24 años a 28 años	20,6	496
De 29 años a 33 años	15,8	381
De 34 años a 43 años	18,8	453
De 44 años a 53 años	3,7	90
De 54 años a 63 años	0,7	17
64 años o más	0,04	1
NC	0,9	21
N	100,0	2406

Fuente: elaboración propia.

Las explicaciones pueden ser múltiples. El aumento de los fans a partir de los 14 años puede tener relación con una fase de la vida en que se van definiendo los gustos y los *hobbies* y en la cual jóvenes van buscando una identidad dentro del grupo o de la sociedad. También puede tener que ver con el hecho de que en la actualidad los niños entran en Internet desde una edad cada vez más temprana, pero no era así hace relativamente pocos años.

El decaer de los fans a partir de los 44 puede deberse a que nunca hubo muchos fans nacidos antes de los años 70 o a que han dejado de ser fans con el paso de los años, pero también puede guardar relación con un menor interés por las tecnología en las que en la

actualidad se desarrolla el fenómeno fan, y en donde se ha dado a conocer esta encuesta, y evidentemente también por la escasez de tiempo generalizada al tener más responsabilidades familiares o laborales.

Tabla 3. Edad según género de los fans encuestados

Edad	Mujeres		Hombres	
	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia
13 años o menos	0,5	8	1	8
De 14 años a 18 años	14,1	224	9,2	75
De 19 años a 23 años	29,3	465	20,1	164
De 24 años a 28 años	22,7	360	16,6	135
De 29 años a 33 años	15,3	243	16,9	138
De 34 años a 43 años	14,1	223	28,2	230
De 44 años a 53 años	2,7	43	5,8	47
De 54 años a 63 años	0,6	9	1	8
64 años o más	0,1	1	0	0
NC	0,6	10	1,2	10
N	100,0	1586	100,0	815

Fuente: elaboración propia.

Con respecto a la edad de los encuestados según género, no cambia mucho. En el caso de las mujeres y teniendo en cuenta que 10 no respondieron a esta pregunta, más de la mitad de las encuestadas se encuentran en el rango de edad de entre los 19 y 28 años, (825 de ellas para ser más exactos). Sin embargo, no hay diferencias excesivamente significativas más allá de las menores de 14 y las mayores de 43, en las que el número de fan desciende radicalmente.

Con respecto a los hombres, también hubo 10 que no respondieron a la cuestión de edad, pero en este caso más de la cuarta parte de los encuestados pertenecían al rango de edad que se encuentra entre los 34 a 43 años. Esto, aunque no es excesivamente relevante nos muestra, que la edad media del hombre fan puede ser superior a la de la mujer (siempre desde la perspectiva de esta encuesta). Lo que puede respaldar la idea, no siempre concluyente, de que como en otras disciplinas, en el ocio y otras materias, la mujer se incorporó más tarde, sobre todo en el mundo hispanohablante, porque como ya se vio en el capítulo anterior con respecto al *fandom* anglosajón de la serie *Star Trek* (principal bastión en el mundo de los fans) ya tenía un número muy significativo y activo de fans mujeres.

3.1.2. ¿DÓNDE ESTÁN?

Un tema a destacar fue la procedencia geográfica de los fans, tanto hombres como mujeres, pero principalmente mujeres. A lo largo de los años y de la investigación se había observado un número bastante relevante de fans hispanoamericanas en la red, muy participativas e importantes en el *fandom* (creadoras de páginas web, escritoras y fan artistas). De hecho, fue esa una de las razones que llevó a que este estudio se centrara en el fan hispanohablante y no solo español, que por cercanía nos atañe más.

Tabla 4. La nacionalidad de los fans encuestados

Nacionalidad	Porcentaje	Frecuencia
Argentina	4,3	103
Bolivia	0,1	3
Chile	1,8	44
Colombia	1,8	42
Costa Rica	0,4	10
Cuba	0,0	1
Ecuador	0,5	12
El Salvador	0,0	1
España	81,3	1955
Guatemala	0,1	3
Honduras	0,0	1
México	5,7	136
Panamá	0,1	2
Paraguay	0,3	6
Perú	0,7	16
Rep. Dominicana	0,2	5
Uruguay	0,7	16
Venezuela	1,6	38
Países no hispanohablantes	0,3	8
NC	0,1	3
N	100,0	2406

Fuente: elaboración propia.

Sin embargo, a la hora de analizar los datos, y solo con tres encuestados que no respondieron a esta pregunta, un 81,3 % de los encuestados era español, es decir la gran mayoría, seguidos de muy lejos por casi un 6 % de mexicanos y algo más de un 4 % de argentinos. El porcentaje de fans de otras nacionalidades es muy reducido, Chile (44 encuestados), Colombia (42 encuestados) y Venezuela (38 encuestados), cada una de estas nacionalidades no llegaba a un 2 % de personas encuestadas en este estudio, y eran las siguientes más activas en participación. Como detalle vale la pena comentar que hay

un mínimo, al menos un encuestado, de todos los países hispanohablantes en el continente americano (uno de Cuba, otro de El Salvador y otro de Honduras).

Sabemos que, aunque la encuesta se difundió a través de Internet, se ha desarrollado en España, lo que podría haber llevado a este sesgo tan marcado, pero fue difundida por nuestra petición expresa por fans tanto de Centroamérica, como de Sudamérica, por lo tanto, los datos obtenidos no han sido en absoluto los esperados en un mundo globalizado. Lo cierto es que esperábamos una participación más amplia de fans hispanoamericanos. Volveremos sobre esta cuestión cuando analicemos los datos de aquellos fans que sí se consideran parte del *fandom*, para ver si estos porcentajes varían y avalan las observaciones previas, o definitivamente las refutan. Aunque a lo mejor el dato relevante a tener en cuenta sea, simplemente, la gran crecida de fans que hay en la actualidad en España. Ser fan es una tendencia de moda.

Para finalizar este apartado cabe señalar que personas nacidas en países no hispanohablantes, pero que sí hablan o están aprendiendo a hablar castellano, contestaron a nuestra encuesta. No podemos hacer conjeturas, aunque nos consta que hay fans de series españolas que aprenden español a través de ellas, o en parte, gracias a ellas (Iglesias, 2013). Aunque evidentemente no sabemos si este es el caso de las 8 personas de Alemania, Francia, Italia, Inglaterra, Noruega, Polonia, Portugal, China y Trinidad y Tobago que respondieron al cuestionario.

Siguiendo con la nacionalidad de los fans, pero esta vez desde la perspectiva de género, el 77,5 % de las mujeres encuestadas son españolas (1229), frente a un 7 % (111) de mexicanas y algo más de un 5 % de argentinas (82). En el caso de los hombres, de los 815 encuestados, un 88,8 % (724⁴⁹) son españoles, frente a un 2,9 % de mexicanos y un 2,5 de argentinos.

Aquí la diferencia de género sí que parece palpable. Por lo que sí que podemos determinar que según esta encuesta la mujer fan fuera de las fronteras españolas es mayoría, o que en España los fans hombres contestaron en un porcentaje muy superior a sus congéneres hispanohablantes.

⁴⁹ En las encuesta 4 foráneos de El País Vasco, Cataluña y Valencia, se identificaron en el ítem Otra y contestaron con su Comunidad Autónoma.

Tabla 5. La nacionalidad de los fans encuestados según género

Nacionalidad	Mujeres		Hombres	
	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia
Argentina	5,2	82	2,5	20
Bolivia	0,1	2	0,1	1
Chile	2,1	34	1,2	10
Colombia	1,8	28	1,6	13
Costa Rica	0,4	7	0,4	3
Cuba	0,0	0	0,1	1
Ecuador	0,6	10	0,2	2
El Salvador	0,1	1	0,0	0
España	77,5	1229	88,8	724
Guatemala	0,2	3	0,0	0
Honduras	0,1	1	0,0	0
México	7,0	111	2,9	24
Panamá	0,1	2	0,0	0
Paraguay	0,3	4	0,2	2
Perú	0,9	14	0,2	2
Rep. Dominicana	0,3	4	0,1	1
Uruguay	0,8	13	0,4	3
Venezuela	1,9	30	1,0	8
Países no hispanohablantes	0,5	8	0,1	1
NC	0,2	3	0,0	0
N	100,0	1586	100,0	815

Fuente: elaboración propia.

Para afianzar un poco más, la búsqueda del perfil del fan medio, también preguntamos por los habitantes de la población en la que residen, por si el tamaño de esta podía tener alguna relación con el número de fans que acogen.

De todos los encuestados, menos por los 13 que no respondieron esta pregunta, más de un 44 % vive en ciudades pequeñas y medianas, de entre 20 000 y 50 000 habitantes (1048) y alrededor de un 26 % vive en grandes urbes de más de 1 millón de habitantes (627).

En conclusión, esta no nos ha parecido una variable definitoria y nos pasa lo mismo que al analizar la información desde la perspectiva de género: No podemos deducir nada especialmente relevante.

Tabla 6. Habitantes de la población donde viven

Número de habitantes de la población donde viven	Porcentaje	Frecuencia
Más de un 1000000 habitantes	26,1	627
De 500000 a 1000000 habitantes	11,0	265
De 100000 a 500000 habitantes	22,0	530
De 20000 a 100000 habitantes	21,5	518
De 5000 a 20000 habitantes	12,9	310
Menos de 5000 habitantes	5,9	143
NC	0,5	13
N	100,0	2406

Fuente: elaboración propia.

Para intentar sacar algún dato de provecho, decidimos centrarnos solo en los datos que aportaron los fans españoles. Al ser amplia su mayoría de participación y al conocer la habitabilidad de las poblaciones según su tamaño (qué clase de ciudades pueden ser por su número de habitantes), pensamos que tal vez podría dar un poco más de luz en si el vivir en un tipo determinado de población puede ser relevante a la hora de ser fan o no.

Tabla 7. Número de habitantes de la población donde viven los fans españoles

Número de habitantes de la población donde viven	Porcentaje	Frecuencia
Más de un 1000000 habitantes	22,1	432
De 500000 a 1000000 habitantes	10,7	210
De 100000 a 500000 habitantes	23,9	467
De 20000 a 100000 habitantes	23,3	456
De 5000 a 20000 habitantes	13,2	258
Menos de 5000 habitantes	6,4	125
NC	0,5	10
N	100,0	1958

Fuente: elaboración propia.

Sin embargo, los datos vuelven a indicar que el tamaño del lugar de residencia del fan, a la hora de serlo, no es relevante en España. La distribución de los fans en las zonas geográficas españolas tiene más que ver con el reparto normal de la población española en todas sus zonas pobladas que con cualquier otra cosa. Pero, curiosamente, por el contrario, esta diferenciación entre grandes urbes y poblaciones pequeñas sí que puede tener relación en el resto de los encuestados. Al quitar del cómputo final de fans a los no españoles, nos dimos cuenta de que, los 448 fans no nacidos en España, en 195 casos vivían en grandes urbes de más un millón de habitantes. Esto nos llevó a concluir que un 43,5 % de los fans no españoles sí que viven en grandes urbes, dato que podría ser significativo, o tal vez simplemente estadístico, ya que hay más gente en estas grandes ciudades.

3.1.3. ¿QUÉ HACEN?

Una vez situados los fans en el mapa, con sus características básicas, nos vamos a centrar en sus estudios y ocupación.

Empezaremos por los estudios.

Primero, es importante aclarar, que aunque conocemos cómo funcionan los niveles de formación del sistema educativo español, estos no son iguales en el resto de los países hispanohablantes. Por esta razón se ha optado por ítems genéricos, para que todos los encuestados pudieran encontrar una opción plausible.

Tabla 8. Últimos estudios finalizados por los fans encuestados

Estudios finalizados	Porcentaje	Frecuencia
Educación primaria	2,3	56
Educación secundaria	14,1	340
Educación preuniversitaria	22,9	552
Formación profesional	13,1	314
Educación universitaria	31,1	747
Postgrados, doctorados, masters	16,4	394
NC	0,1	3
N	100,0	2406

Fuente: elaboración propia.

Dicho lo cual y teniendo en cuenta la edad de los encuestados, dado que casi la mitad (un 46,9 %) están entre los 19 y los 28 años de edad, era previsible suponer que la mayoría estarían cursando estudios superiores o los habrían terminado recientemente. Y por lo que nos demuestran los datos, así lo parece.

El 47,4 % de los fans encuestados tiene estudios universitarios, tanto de grado, como de postgrado. De hecho, un 16,4 % de ellos ya han finalizado algún tipo de postgrado, lo cual resulta significativo. Así mismo, suponemos que tendrán más estudios superiores, porque no diferenciamos entre formación profesional básica, media y superior para no complicar innecesariamente el tema. Por un lado, esto ya ha variado bastante en España y, por el otro, tampoco sería porcentualmente muy destacable, ya que en general solo un 13,1 % de los encuestados cursaron formación profesional, lo que dividido entre todas las posibles opciones se podía quedar en un valor porcentual insignificante.

Así, en principio, se puede concluir que los fans suelen tener estudios superiores.

Con respecto a la división por estudios de hombres y mujeres fans, como podemos ver en la siguiente tabla, las diferencias son muy limitadas. La diferencia más significativa es en la que se muestra que un 5 % más de los fans hombres han estudiado Formación Profesional frente a las mujeres, pero esta diferencia entra dentro de la tendencia a la hora de elegir estudios según las cifras dadas por el Ministerio de Educación en el curso 20017/18.

Tabla 9. Últimos estudios finalizados por los fans encuestados según género

Estudios finalizados	Mujeres		Hombres	
	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia
Educación primaria	2,1	34	2,7	22
Educación secundaria	14,5	230	13,4	109
Educación preuniversitaria	24,1	382	20,5	167
Formación profesional	11,2	178	16,7	136
Educación universitaria	30,7	487	31,8	259
Postgrados, doctorados, masters	17,2	273	14,9	121
NC	0,1	2	0,1	1
N	100,0	1586	100,0	815

Fuente: elaboración propia.

Una vez tratado el tema estudios, centraremos las siguiente líneas en la ocupación actual de los fans encuestados. Conviene señalar, que esta pregunta fue difícil de analizar, debido a que los fans tenían una infinidad de opciones posibles como respuesta. Podían elegir cualquier combinación dentro las opciones propuestas y sí aun así no podían encontrar una buena opción o combinación de ellas para su situación actual, estaba la posibilidad de escribir lo que desearan en la opción, «Otra». Dar tanta libertad a la hora de responder nos pareció en su momento importante, ya que una persona puede estar haciendo varias cosas a la vez y tener diferentes roles en su vida diaria, pero por ese mismo motivo ha sido prácticamente imposible reflejar todas las contestaciones personalizadas. No solo, porque eran muy numerosas, sino que una gran mayoría eran únicas e individuales, lo cual, por otro lado, no podría llevar a ninguna conclusión general válida.

Para intentar dar una solución a esta problemática, a la hora de analizar las respuestas tratamos las respuestas «tipo» que dimos como referencia, al mismo tiempo que las combinaciones de ellas más utilizadas. Además, le concedimos más importancia a aquellas que incluían la opción estudiar, ya que nos resultaban especialmente interesantes por la temática general de este trabajo.

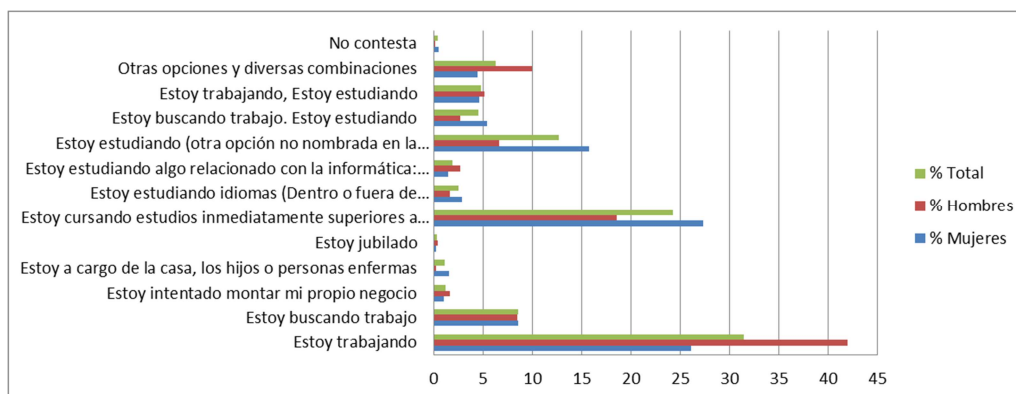
Tabla 10. Ocupación. ¿Qué hacen los fans en estos momentos?

¿Qué haces en la actualidad?	Porcentaje	Frecuencia
Estoy trabajando	31,5	757
Estoy buscando trabajo	8,6	206
Estoy intentado montar mi propio negocio	1,2	29
Estoy a cargo de la casa, los hijos o personas enfermas	1,1	27
Estoy jubilado	0,3	7
Estoy cursando estudios inmediatamente superiores a mi última titulación	24,3	585
Estoy estudiando idiomas	2,5	60
Estoy estudiando algo relacionado con la informática: programación, diseño gráfico, creación de páginas web	1,9	45
Estoy estudiando (otra opción no nombrada en la encuesta) o estoy estudiando una mezcla de lo nombrado en la encuesta	12,7	305
Estoy buscando trabajo. Estoy estudiando	4,5	109
Estoy trabajando. Estoy estudiando	4,8	115
Otros	6,3	152
NC	0,4	9
N	100,0	2406

Fuente: elaboración propia.

Las dos categorías más elegidas han sido: «Estoy trabajando» (en un 31,5 % de los casos) y «Estoy cursando estudios inmediatamente superiores a mi última titulación» (con casi un cuarto de los encuestados). Esto no resultó, nada extraño teniendo en cuenta su edad media. En tercer lugar, nos encontramos con que un 12,7 % estaba estudiando otra opción no nombrada en la encuesta, como por ejemplo unas oposiciones, u otra carrera universitaria, o una mezcla de todas las opciones de estudios que dábamos en la encuesta, por ejemplo: cursar estudios inmediatamente superiores a su última titulación y conjuntamente estudiar idiomas.

Figura 12. Gráfica. Dedicación de los fans en su vida diaria según género



Fuente: elaboración propia.

Lo que queda patente a la hora de dividir la ocupación de los fans entre hombres y mujeres es que las opciones más destacadas no lo son de igual manera, un 42 % de los hombres encuestados está trabajando, frente a un 26,6 % de las mujeres. Sin embargo, un 43,1 % de las mujeres está estudiando frente a un 25,2 % de los hombres.

Tabla 11. Ocupación según género. ¿Qué hacen los fans en estos momentos?

¿Qué haces en la actualidad?	Mujeres		Hombres	
	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia
Estoy trabajando	26,1	414	42,0	342
Estoy buscando trabajo	8,6	136	8,5	69
Estoy intentado montar mi propio negocio	1,0	16	1,6	13
Estoy a cargo de la casa, los hijos o personas enfermas	1,6	25	0,3	2
Estoy jubilado	0,3	4	0,4	3
Estoy cursando estudios inmediatamente superiores a mi última titulación	27,4	434	18,5	151
Estoy estudiando idiomas	2,9	46	1,6	13
Estoy estudiando algo relacionado con la informática: programación, diseño gráfico, creación de páginas web	1,5	23	2,7	22
Estoy estudiando (otra opción no nombrada en la encuesta) o estoy estudiando una mezcla de lo nombrado en la encuesta	15,8	250	6,6	54
Estoy buscando trabajo. Estoy estudiando	5,4	86	2,7	22
Estoy trabajando. Estoy estudiando	4,6	73	5,2	42
Otros	4,5	71	9,9	81
NC	0,5	8	0,1	1
N	100,0	1586	100,0	815

Fuente: elaboración propia.

Una razón que puede ayudar a entender este sesgo tan marcado (aparte de que la incorporación de la mujer al mundo laboral sigue siendo más complicada), aun cuando le dedican más tiempo a la realización de estudios, es la edad de los encuestados. Las fans mujeres tienden a ser más jóvenes. No olvidemos, un 52 % de ellas está entre los 19 y 28 años, cuando solo un 36,7 % de los hombres se encuentran en esa edad, rango de edad bastante dedicado al estudio. Por otro lado, solo un 14,1 % de las mujeres tienen entre 34 a 43 años, frente a un 28,2 % de fans masculinos. Una edad mucho más centrada en el mundo laboral.

3.1.4. SU VIDA COMO FANS

En este apartado vamos a adentrarnos un poquito más en aquellos temas más relacionados con su historia como fans. Empezando por los años que llevan siendo fans.

Para conocer este dato hicimos una pregunta abierta, lo cual no fue una idea muy acertada. Dimos por supuesto, erróneamente, que los encuestados contestarían en el mayor número de los casos con un número cerrado de años, pero no fue así. Ante la dificultad de analizar las respuestas dadas en esta pregunta, decidimos organizar las respuestas por periodos de tiempo, como se puede observar en las tablas siguientes. Sin embargo, nos gustaría señalar que hubo bastantes respuestas (aunque no lo suficientemente abundantes como para ser significativas) del tipo: «Toda la vida», «Desde que puedo recordar», «Muchos años», «Desde que era niño»... que ante la imposibilidad de ser analizadas fueron al apartado de «Otras respuestas» junto a otras en las que no se podía dilucidar un número más o menos exacto de años.

Tabla 12. Los años que llevan siendo fans

En total ¿cuántos años llevas formando parte del mundo de los fans?	Porcentaje	Frecuencia
De 1 a 5 años	11,9	287
De 6 a 10 años	30,5	734
De 11 a 15 años	21,5	518
De 16 a 20 años	16,2	389
De 21 a 25 años	6,7	160
De 26 a 35 años	5,1	123
De 35 en adelante	1,0	25
Otras respuestas	4,5	108
NC	2,6	62
N	100,0	2406

Fuente: elaboración propia.

Es para destacar que 1252 fans, más de la mitad de los encuestados, entraron en el mundo de los fans hace de 6 a 15 años, entre los años 2001 y 2011 más o menos, en la época en la que masivamente se pudo acceder a Internet desde los hogares a través de los ordenadores portátiles. Y el comienzo de este auge ascendente fue a partir de 1996, cuando se empezó a comercializar Internet fuera de instituciones gubernamentales, militares o educativas.

Por lo tanto, parece una posibilidad muy plausible que la llegada de Internet a los hogares fuera una causa detonante del auge del fenómeno fan, ya que muchos fans ponen su fecha de entrada en el mundo de los fans en esos años. Sin embargo, un tema más curioso aún, es como descende el número de personas que se han hecho fans en los últimos años, justamente cuando se hacía más fácil el consumo de ciertos productos,

principalmente audiovisuales, con por ejemplo la llegada de Netflix y otras plataformas de *streaming*.

Es un tema al que volveremos más adelante, pero parece ser que justamente la facilidad de consumo ha sido algo negativo para el fenómeno fan. Por otro lado, también es posible que el número descienda porque los intereses de los más jóvenes, de aquellos que «deberían» de haberse hecho fans recientemente se alejen un poco de los productos audiovisuales en los que aquí nos centramos y se agrupen más en *youtubers*, *influencers*... tema con el que nos encontramos en la encuesta y que ya trataremos.

Un dato que también resulta interesante es que más de un 6 % de los encuestados lleva más de 26 años siendo fan, lo que puede parecer un tanto por ciento pequeño, pero teniendo en cuenta lo difícil que podía resultar, hace 26 años, ser y considerarse fan, nos parece una cifra especialmente significativa. Sobre todo porque eran fans hace 26 años y si contestaron a la encuesta es que lo siguen siendo.

Respecto al género cabe destacar que casi el 60 % de las mujeres lleva siendo fan entre 6 y 15 años, y solo menos de un 7 %, más de 21 años. Entre los participantes masculinos, aunque también hay un gran número que han sido fans desde hace de 6 a 15 años (un 40 % para ser más exactos), está mucho más repartido y en el cómputo general llevan más años siendo fans, sobre todo en el caso de más de 21 años.

Tabla 13. Los años que llevan siendo fans según género

En total ¿cuántos años llevas formando parte del mundo de los fans?	Mujeres		Hombres	
	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia
De 1 a 5 años	13,2	210	9,2	75
De 6 a 10 años	34,6	549	22,6	184
De 11 a 15 años	23,6	374	17,5	143
De 16 a 20 años	15,1	240	18,3	149
De 21 a 25 años	4,0	63	11,9	97
De 26 a 35 años	2,1	34	10,8	88
De 35 en adelante	0,5	8	2,1	17
Otras respuestas	4,6	73	4,3	35
NC	2,2	35	3,3	27
N	100,0	1586	100,0	815

Fuente: elaboración propia.

3.2. PRODUCTOS CULTURALES QUE MÁS INTERESAN A LOS FANS.

En el epígrafe anterior hemos podido llegar a conocer un poco mejor al fan medio hispanohablante que ha contestado nuestra encuesta. Se acomoda en un rango de edad de entre los 19 y los 28 años principalmente, son españoles, con estudios superiores o en proceso de terminarlos o trabajadores, y han sido fans una gran parte de su vida. Pero, ¿de qué son fans y qué los empuja a serlo?

Ahora nos vamos a centrar en aquellos datos que los caracterizan claramente como fans, empezando por esos productos culturales que los enganchan en primer lugar. Los encuestados tuvieron que elegir una opción entre las cinco siguientes: películas, series de televisión, libros, cómics y videojuegos, pero también tuvieron la opción de escribir una respuesta más pormenorizada en la opción «Otro», que eligieron un poco más del 4 %.

Tabla 14. Principalmente a través de qué producto cultural se hacen fans los encuestados

Producto cultural a través del cual te haces fan	Porcentaje	Frecuencia
Series de televisión	48,3	1162
Libros	21,7	523
Películas	11,3	272
Cómics	6,6	159
Videojuegos	6,0	144
Música, grupos de música, K-pop, boybands ⁵⁰	1,0	23
Series anime	0,5	11
Manga	0,3	7
Juegos de mesa, rol y wargames ⁵¹	0,2	5
Otros	0,2	6
Varios	1,9	46
Todas	1,9	46
NC	0,1	2
N	100,0	2406

Fuente: elaboración propia.

Un 48,3 % (1162), casi la mitad de los encuestados, entran en el mundo de los fans a través de las series de televisión, un 21,7 % (523) a través de los libros y un 11,3 % (272) a través de las películas, seguidos de lejos por un 6,6 % (159) que entran a través de los cómics y un 6 % (144) a través de los videojuegos. El resto de la muestra se

⁵⁰ Grupos vocales de hombres jóvenes, principalmente.

⁵¹ Literalmente, juegos con una temática de guerra.

reparte en diversas contestaciones, entre las que destaca el anime y el manga en diferentes combinaciones que los separan claramente de series de televisión y cómic (una diferenciación que ya nos habíamos planteado a la hora de crear la encuesta). Por otro lado, 46 de los encuestados, casi un 2 % contestaron que el producto cultural por el que entraban en el mundo de los fans era «todos los anteriores» o respuestas con el mismo significado, ya que no se pudieron decantar por uno en particular.

Lo más curioso es que aun siendo una encuesta para fans de algunos productos *mass media*, literarios o audiovisuales, 23 de ellos, un 1 %, afirman que entran principalmente en el mundo de los fans, a través de la música. Y 5 de ellos, un 0,2 % afirmaron que entraban en el mundo de los fans a través de algún tipo de juego, que no es un videojuego (rol, mesa, wargames). Esta había sido básicamente, una de las razones por las que habíamos incluido la opción «Otro» (hay tantos tipos y variantes de juegos que no queríamos obviar ninguno, pero este tema no entraba totalmente en nuestro grupo de interés).

Tabla 15. Principalmente a través de qué producto cultural se hacen fans los encuestados según género

Producto cultural a través del cual te haces fan	Mujeres		Hombres	
	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia
Series de televisión	54,7	867	36,0	293
Libros	24,5	388	16,6	135
Películas	7,8	124	18,0	147
Cómics	3,0	48	13,6	111
Videojuegos	3,0	48	11,8	96
Música, grupos de música, K-pop, boybands	1,3	20	0,4	3
Series anime	0,6	9	0,3	2
Manga	0,4	6	0,0	0
Juegos de mesa, rol y wargames	0,0	0	0,6	5
Otros	0,2	3	0,4	3
Varios	2,5	40	0,7	6
Todas	2,0	32	1,6	13
NC	0,1	1	0,1	1
N	100,0	1586	100,0	815

Fuente: elaboración propia.

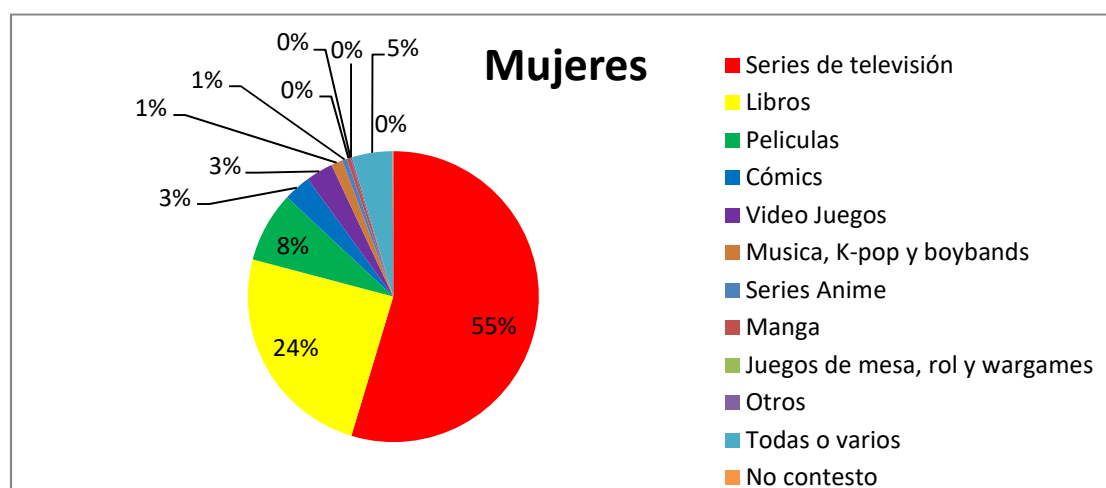
El resto de las respuestas son o un conjunto de todas las anteriores o de lo más atípicas e inesperadas, e incluso nos abrieron un camino que no nos habíamos planteado, pero que

seguramente será el futuro (o, mejor dicho, el presente) entre los más jóvenes el de los *youtubers*. Aunque no tenemos muy claro que este producto audiovisual y sus fans entren dentro de lo que estamos buscando, es cierto que empiezan a reproducir las mismas dinámicas de los fans y *fandoms* que aquí analizamos.

Al analizar este ítem por género observamos una clara diferenciación de gustos, la cual ya había sido observada etnográficamente. Las mujeres fans de nuestra encuesta entran en el mundo de los fans principalmente, y por una mayoría muy amplia, a través de las series de televisión (más de la mitad de las encuestadas, 867), y los libros (casi un cuarto de las encuestadas, 388). Los hombres también entran principalmente a través de las series de televisión y libros, pero en un porcentaje mucho menor, un 36 % (293) en el caso de las series de televisión y un 16,6 % (135) en el de los libros. Su entrada aumenta en categorías en las que las mujeres apenas están presentes. Así, un 18 % (147) de los hombres dice entrar principalmente en el mundo de los fans en a través de las películas, un 13,6 % a través de los cómics (111) y en un 11,8 % (96) a través de los videojuegos.

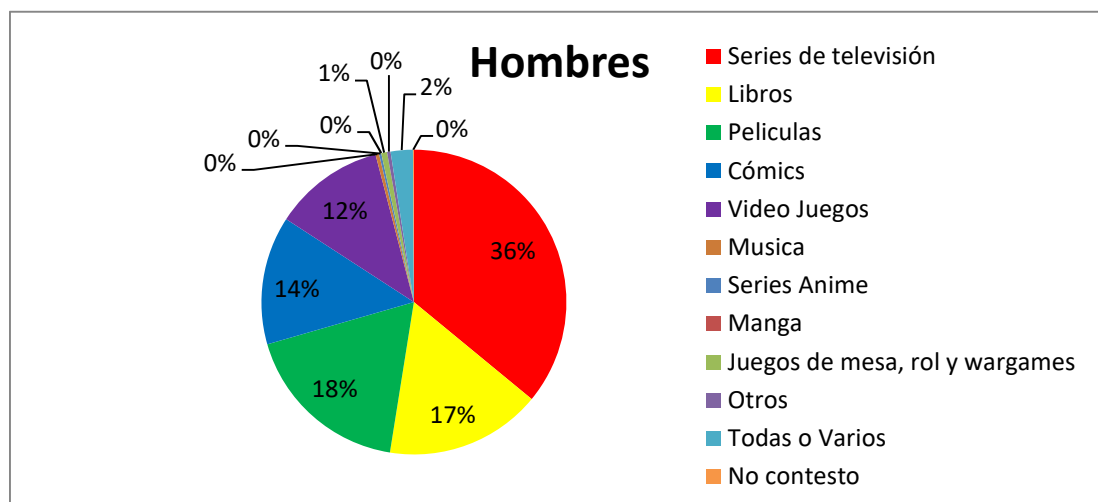
Para remarcar la diferencia de gustos por sexo, vamos a resaltar que el 6 % de las mujeres encuestadas dicen entrar en el mundo de los fans a través de los cómics y videojuegos, frente a un 26 % de los hombres. Sin embargo, hay que reiterar que estos productos son por los que los encuestados dicen haber entrado en un *fandom* nuevo. No hay nada que indique que no disfruten de todos estos productos como fans que son. Eso, por un lado, mientras que por el otro nos parece importante recordar que, en datos exactos, números totales, ese 6 % es poco menos de la mitad, que ese 26 %.

Figura 13: Gráfica. Principalmente a través de que producto cultural se hacen fans las mujeres



Fuente: elaboración propia.

Figura 14: Gráfica. Principalmente a través de que producto cultural se hacen fans los hombres



Fuente: elaboración propia.

Sin embargo, es necesario comentar que está tendencia va cambiando, como podemos observar en la tabla siguiente.

Tabla 16. Encuestados que entran en el mundo de los fans a través principalmente de los cómics y videojuegos según género y edad

Edad	Mujeres		Hombres	
	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia
18 años o menos	0,9	14	2,4	20
De 19 años a 23 años	2,0	31	6,5	53
De 24 años a 28 años	1,6	26	4,8	39
De 29 años a 33 años	0,8	13	3,1	25
De 34 años a 43 años	0,5	8	7,5	61
Más de 44 años	0,2	3	1,1	9
NC	0,1	1	0,0	0
N	6,1	96	25,4	207

Fuente: elaboración propia.

En referencia a la edad, los fans hombres de 34 a 43 años de edad, que entran en el mundo de los fans a través de cómic y videojuegos, tienen 61 representantes: un 7,5 % de los hombres encuestados. En ese mismo rango de edad, solo encontramos a 8 mujeres: un 0,5 % de las encuestadas. La diferencia es muy alta, tanto en números totales como en porcentajes. Sin embargo, si analizamos las cifras que nos dan los fans más jóvenes, estas diferencias cada vez son menores. Los encuestados menores de 18 años que entran en el mundo del *fandom* a través de juegos o videojuegos alcanzan un 0,9 % en el caso de las mujeres y en 2,4 % los hombres. En números relativos son 6 personas de diferencia, lo que nos da a entender, que las nuevas generaciones cada vez están más a la par con respecto a gustos fans.

Una vez tratado el tema de qué productos atraen más a los fans en un primer momento, hablaremos de los productos específicos que más fans atraen, que no parecen concordar con los resultados anteriores.

Pero antes nos parece necesario mencionar que a la hora de tratar con estos datos hay que tener algunas cosas en cuenta.

Es importante remarcar que cada encuestado podía marcar cuatro respuestas, sin ninguna acotación específica (queríamos que libremente se identificaran como fans de algo, ya que ahora, con todas las narrativas transmedia, crossmedia y diversos universos de ficción, es difícil acotar). En algunos casos no se llegaron a marcar cuatro respuestas y en otros casos se contestaron más de cuatro, poniendo en cada apartado dos opciones o más.

Lo que sí hicimos fue dar ejemplos de *fandoms* sobradamente conocidos y valorados, algunos en el pasado y otros en el presente, en el propio apartado: «Escribe el nombre de aquellos productos, personajes o universos de los que eres o has sido más fan (por ejemplo: Harry Potter, Marvel, *Expediente X*, Superman)», para que se entendiera bien lo que pedíamos. Curiosamente, o lógicamente, tres de estos cuatro *fandoms* fueron muy bien recibidos como opciones en este apartado y, aunque a posteriori nos preocupó haber podido influir un poco en las respuestas, creemos que recogimos datos significativos y que cada fan contestó realmente lo que deseaba.

Aunque, como parece claro por la pregunta anterior, sea prioritaria la entrada al mundo de los fans a través de la pequeña pantalla, los cinco productos más seguidos por los fans que contestaron nuestra encuesta no son de la pantalla chica o, por lo menos, no lo son del todo.

Harry Potter, con sus siete libros, ocho películas y todo un universo a su alrededor, se ha destacado como el rey de los fans. Con 987 fans, Harry Potter es el producto fan estrella de nuestra encuesta, un 41 % de los encuestados se consideran fans del niño mago y 654 de ellos, lo pusieron como primera opción en la encuesta (eso sí, con unos peros que luego comentaremos).

Tabla 17. Productos, personajes o universos que generan más fans

¿De qué eres o has sido fan?	Porcentaje	Frecuencia
Harry Potter	41,0	987
Marvel	25,5	614
<i>Star Wars</i>	16,4	395
<i>Juego de Tronos</i>	13,3	321
<i>El Señor de los Anillos</i>	12,8	307
<i>Expediente X</i>	8,7	209
<i>Doctor Who</i>	8,6	206
DC	6,6	158
<i>Los juegos del hambre</i>	6,3	151
<i>Lost</i>	5,7	136
Sherlock Holmes	4,7	112

Fuente: elaboración propia.

Otro producto que tiene muchos fans entre los encuestados y que quedó segundo en nuestro *ranking* fue Marvel, como marca, contando sus películas, series, cómic... El universo Marvel, sumamente de moda en la actualidad (o, por lo menos, cuando se realizó la encuesta) por su constante procesión de productos nuevos, arrastra a 614 personas. Más de un cuarto de los encuestados se considera fan de esta marca comercial-cultural.

Siguiendo con los productos más queridos por los fans hispanohablantes, en nuestra encuesta nos encontramos en tercer lugar con el universo *Star Wars*, encabezado por sus películas: 395 fans, un 16,4 % de los encuestados. En cuarto y quinto lugar están los universos de dos sagas que empezaron con novelas y acabaron con productos audiovisuales de éxito. Primero hablamos de las novelas de *Canción de hielo y fuego*, convertidas en la conocida serie de televisión *Juego de Tronos*, la cual tiene 321 fans entre nuestros encuestados (13,3 %). A esta le sigue *El Señor de los Anillos*, saga de libros y después de películas, en la que nos encontramos con 307 fans (12,8 %).

Por otro lado y siguiendo con los productos con más fans, nos encontramos en sexto y séptimo lugar con las series que cuentan con más fans, sin que exista un *best seller* a sus espaldas. Estas son la estadounidense *Expediente X* (209 fans) y la británica *Doctor Who* (206 fans).

Para terminar, los otros cuatro productos o marcas que superaron los 100 fans en nuestra encuesta son la marca DC, quién contó con 158 fans entre los encuestados; los libros de *Los Juegos del hambre*, que tuvieron 151 representantes fans; la controvertida serie *Lost* (conocida en España como *Perdidos*), que tuvo 136 representantes fans y, por último,

nos encontramos con un clásico reversionado tantas veces que siempre está de actualidad: el detective Sherlock Holmes. El motivo por el que mencionamos al personaje y no a un producto en particular referido a él es que en algunas respuestas aparecía la coletilla BBC, pero en la mayoría aparecía Sherlock o Sherlock Holmes sin más. Este personaje, con más de 100 años de historia y con dos series en parrilla en el momento de la encuesta, contaba entre nuestros encuestados con 112 fans.

Evidentemente, muchísimos más productos fueron nombrados en esta encuesta (de algunos hablaremos un poco más adelante), pero estos son una buena muestra de los más significativos. Como ya dijimos, son los que tienen más de 100 seguidores en nuestro cuestionario, número que nos parece relevante y más teniendo en cuenta que la pregunta estaba sumamente abierta a todo tipo de contestaciones.

Ahora, nos adentraremos en la diferenciación por géneros que tienen estos productos, ya que los gustos de los fans parecen estar muy marcados en este caso.

Tabla 18. Productos, personajes o universos de los que son más fans según género

¿De qué eres o has sido fan?	Mujeres		Hombres	
	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia
Harry Potter	52,3	829	19,4	158
Marvel	22,8	362	30,9	252
<i>Star Wars</i>	10,8	172	27,4	223
<i>Juego de Tronos</i>	11,7	185	16,7	136
<i>El Señor de los Anillos</i>	10,2	162	17,8	145
<i>Expediente X</i>	10,6	168	5,0	41
<i>Doctor Who</i>	9,1	145	7,5	61
DC	5,1	81	9,4	77
<i>Los juegos del hambre</i>	8,8	139	1,5	12
<i>Lost</i>	4,8	76	7,4	60
Sherlock Holmes	6,0	95	2,1	17

Fuente: elaboración propia.

Como ya comentamos, con 987 fans, Harry Potter es el producto con más seguidores en nuestra encuesta. Más de un 40 % de los fans encuestados se consideraron fans del niño mago. De este total, 829 eran mujeres (un 52,3 % de las encuestadas), frente a 158 hombres (el 19,3 % de los encuestados), lo cual no deja de ser una diferencia muy significativa y marca a Harry Potter como un producto del que principalmente se hacen fans las mujeres en el mundo hispanohablante.

Un producto mucho más heterogéneo con respecto al género de sus seguidores es el de la factoría Marvel. Un 25,5 % de los encuestados se considera fan del universo Marvel, de los cuales 362 (22,8 %) son mujeres y 252 (30,9 %) son hombres, lo que lo convierte en el producto audiovisual más seguido por hombres entre los que contestaron nuestra encuesta.

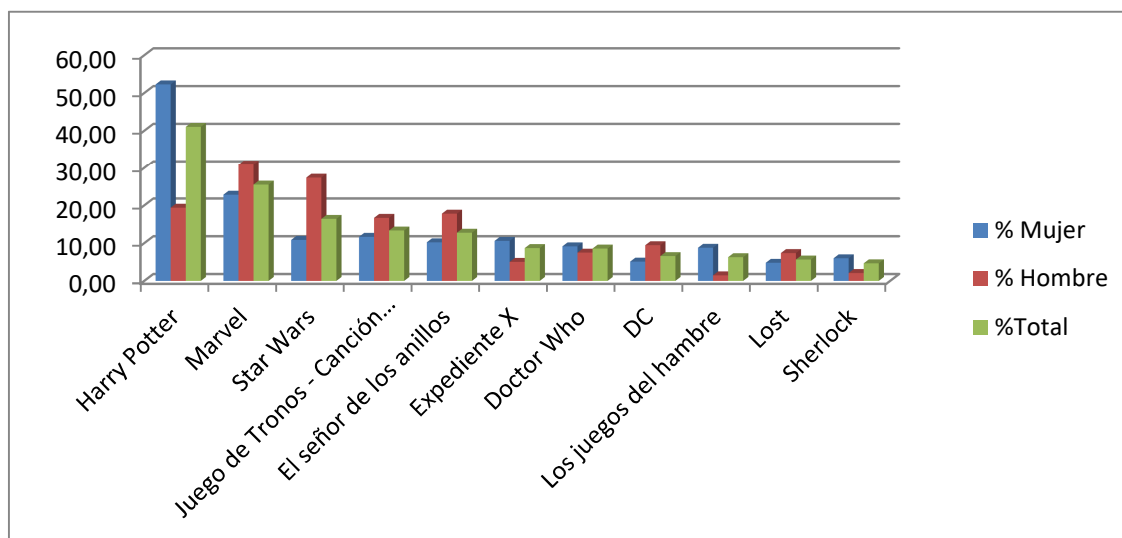
En el caso de los 395 fans de *Star Wars* encuestados, 223 son hombres (un 27,4 %) y 172 mujeres (un 10,8 %). Esta resulta una diferencia significativa e inesperada teniendo en cuenta lo importante que fue el personaje de la princesa Leia, todo un icono feminista, para las mujeres que eran niñas y adolescentes a finales de los 70. Nos preguntamos entonces si es posible que la edad media de las fans encuestadas pueda tener algo que ver con esta gran diferencia entre fans hombres y mujeres.

Siguiendo con los productos favoritos de los encuestados, el universo de *Canción de hielo y fuego* y su extensión televisiva, *Juego de Tronos* (el cual tenía 321 fans entre los encuestados) se divide en 185 mujeres (un 13,3 % de las encuestadas) y 136 hombres (un 11,7 % de los encuestados), una diferencia muy pequeña por géneros, la menor hasta el momento.

En el caso de *El Señor de los Anillos* nos encontramos con 307 fans, de los cuales 162 son mujeres (10,2 %) y 145, hombres (17,8 %). Ambas sagas son seguidas más por hombres que por mujeres en comparación, aunque la diferencia más significativa la encontramos en *El Señor de los Anillos*. Lo que queda claro es que los fans masculinos no se aglutinan tanto alrededor de un producto como pasa con Harry Potter y las mujeres fans, ellos distribuyen sus gustos en otros muchos productos.

La tendencia cambia, cuando empezamos a hablar de series (como ya hemos visto, las series parecen ser el producto cultural que más atrapa a las mujeres). Las series que cuentan con más fans por parte de los encuestados, como ya habíamos dicho, son la estadounidense *Expediente X* y la británica *Doctor Who*. *Expediente X* tiene un 8,7 % de fans entre los encuestados, que se dividen en 168 mujeres (10,6 %) y 41 hombres (5 %). Por su parte, *Doctor Who* tiene 206 (8,6 %), de los cuales mujeres son 145 (9,1 %) y hombres son 61 (7,5 %).

Figura 15. Gráfica. Productos culturales con más fans



Fuente: elaboración propia.

Aunque tras todo esto, lo más significativo que sacamos en claro de este apartado, es que el top cinco de gustos de hombres y mujeres con respecto a los productos culturales de los que son fans, no se diferencia tanto. Los productos más seguidos por mujeres, serían en este orden y siempre según la encuesta:

1. Harry Potter
2. Marvel
3. *Juego de Tronos/Canción de hielo y fuego*
4. *Star Wars*
5. *Expediente X*

Mientras que, para los hombres encuestados, tenemos el siguiente listado ordenado:

1. Marvel
2. *Star Wars*
3. Harry Potter
4. *El Señor de los Anillos*
5. *Juego de Tronos/Canción de hielo y fuego*

Para terminar con este ítem, vamos hablar de otras series con un poderoso fenómeno fan, Aunque no llegaron a los 100 fans en nuestra encuesta, nos parece que presentaron resultados significativos con respecto al género de sus seguidores.

Empezaremos con la serie *Supernatural*, la serie que más *fanfic* tiene publicados en Fanfiction.net⁵². En nuestra encuesta tuvo 97 fans, de los cuales solo 3 eran hombres.

⁵² Septiembre de 2020.

Por lo tanto, casi un 6 % de las mujeres encuestadas son fans de *Supernatural*, frente a un 0,4 % de los hombres. La incansable e inolvidable comedia *Friends*, tras más de una década de su final, tiene 91 fans en esta encuesta, 79 mujeres (5 %), 12 hombres (1,5 %). *Buffy, cazavampiros* (1997-2003), seguramente la serie más analizada académicamente de la historia, ha sido recordada por 72 fans en esta encuesta, 64 mujeres (4 %) y 8 hombres (1 %). La tendencia femenina, a un mayor seguimiento de las series de éxito frente a los hombres, solo varía con la conocida *Breaking Bad*, considerada la quinta mejor serie de la televisión según IMDB⁵³, que en nuestra encuesta cuenta con 91 fans, 45 mujeres (2,8 %), 46 hombres (5,6 %).

Para terminar con esta sección, vamos a hacer una mención especial a la serie *El Ministerio del Tiempo* porque es el producto español que más se ha dejado notar en esta encuesta (además de que ha marcado un antes y un después desde el punto de vista de la educación y gamificación en el aula). 47 fans, de los cuales 36 eran mujeres (un 2,3 %) y 11 hombres (un 1,3 % de los encuestados).

Y ahora, después de haber repasado los productos más seguidos por los fans, nos vamos a adentrar en la trayectoria del fan como fan, por el número de años que lo lleva siendo.

3.3. EL *FANDOM*

Con la pregunta « ¿Te consideras o te has considerado en algún momento parte de algún *fandom* (comunidad de fan)? » comenzaba una nueva parte de la encuesta y de la investigación, en la que nos queríamos centrar no en los fans en general, de los que hemos estado hablando hasta el momento, si no en aquellos fans que son parte de una comunidad, que son parte del *fandom* propiamente dicho. Es decir, de aquellas personas que, además de disfrutar del producto del que son fans, comparten su afición con otros fans o realizan alguna de las actividades típicas del *fandom*.

Esta diferenciación entre fans y miembros del *fandom* suele basarse en una percepción muy personal y, por lo tanto, no siempre bien definida. Se puede considerar una pregunta un poco tramposa, pero ha resultado muy reveladora.

⁵³ Septiembre del 2017.

Tabla 19. Fans que se consideran o se han considerado parte del *fandom*

¿Te consideras o te has considerado en algún momento parte de algún <i>fandom</i> (comunidad de fan)?	Porcentaje	Frecuencia
Sí	64,2	1544
No	35,6	857
NC	0,2	5
N	100,0	2406

Fuente: elaboración propia.

Aunque 857 personas, más de un tercio de quienes contestaron la encuesta, se consideran fans, no lo hacen como miembros del *fandom*. Sin embargo, tras analizar más en profundidad el resto de las respuestas, realmente solo 11 personas de las que respondieron no ser parte del *fandom* no realizan actividades que se consideran parte de él (que era el límite puesto en la realización de esta tesis para diferenciar a fans de miembros del *fandom*). Por lo tanto, según las «normas» impuestas en este estudio, de los 2406 encuestados, 2395 pertenecen a alguna comunidad de fans, aunque ellos no lo entiendan como tal.

Como ya comentábamos, la verdad es que las fronteras están un poco diluidas y es complicado determinar quién es simplemente fan y quién es parte del *fandom*, aunque tal vez solo sea un problema semántico. Es bastante comprensible que la diferenciación no esté tan clara en algunos puntos. Porque, en el fondo, ¿qué hace que una persona forme parte de un *fandom*? ¿El que se considere parte de él? ¿El que haga determinadas actividades propias de él?... Desde este trabajo y tras la realización de la investigación previa, tenemos una idea bastante clara de lo que es para nosotros, como ya hemos comentado, pero en algunos casos específicos es posible que también dudáramos. De todos modos, como ya hemos dicho, desde este estudio consideramos que si alguien realiza alguna de las actividades típicas del *fandom*, es parte de él, aunque sea desde una posición de *lurker*.⁵⁴

Si todo el apartado anterior era muy revelador con respecto al sentimiento de pertenencia a un *fandom*, cuando nos centramos en analizar este sentimiento por géneros, es aún más relevante.

Un 24,4 % de las mujeres fans no se consideran dentro de un *fandom*, pero realmente solo tres (un 0,2 % de ellas) no hacen ninguna actividad para realmente no considerarse

⁵⁴ Hay que recordar que observar o buscar información o cualquier tipo de *fanwork* también convierte al fan en parte de la comunidad. En este estudio los *lurker* también son parte del *fandom*.

parte de la comunidad. Pero más significativo es en el caso de los hombres: un 57,5 % no se considera parte del *fandom*, aun siendo fans, pero solo 7 de los encuestados realmente no realizan ninguna actividad característica de las comunidades de fans (un 0,9 %).

Así que, como conclusión de esta pregunta, podemos decir que, en cómputo general, aunque también un gran número de hombres forma parte del *fandom*, ellos mismos no se consideran parte de la comunidad, en un porcentaje mayor que en el caso de sus compañeras féminas.

Tabla 20. Fans que se consideran o se han considerado parte del *fandom* según género

¿Te consideras o te has considerado en algún momento parte de algún <i>fandom</i>?	Mujeres		Hombres	
	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia
Sí	75,3	1195	42,3	345
No	24,4	387	57,5	469
NC	0,3	4	0,1	1
N	100,0	1586	100,0	815

Fuente: elaboración propia.

Sin embargo, lo que está claro es que, en el fondo, muchas personas que sí forman parte de una comunidad de fans por las actividades que realizan, no tienen ese conciencia de comunidad, o incluso se pueden sentir incómodas ante ese calificativo por sus connotaciones «frikis».

Cuando la encuesta fue concebida, lo fue para que, a partir de este momento, solo hubiera que analizar los datos de las personas que se consideraran parte de una comunidad de fans o que se hubieran considerado en algún momento dentro del *fandom*. Pero vistos los resultados, creemos que a partir de ahora nuestra obligación es seguir trabajando con el mismo número de sujetos y encuestas, excepto a la hora de analizar las respuestas de las preguntas 12 a la 16, que solo pudieron contestar las 1544 personas que dijeron «sí» en la pregunta «¿Te consideras o te has considerado en algún momento parte de algún *fandom* (comunidad de fan)? ».

Fue teniendo en consideración que esto podría ocurrir que dejamos abiertas las preguntas posteriores para todas las personas que realizaron la encuesta, aunque no pensábamos que pudiera pasar en tan gran medida.

Como ya hemos comentado, los límites en la definición de *fandom* han resultado confusos desde el principio. Hubo encuestados que incluso después de decir que sí eran parte de una comunidad de fans, en la opción para poner *fandoms* preguntaron qué considerábamos *fandom*.

Para nosotros esta pregunta era importante y relevante, y sabíamos claramente por qué la queríamos plantear. Puedes ser fan de un producto, verlo, leerlo y disfrutarlo, y no interactuar más con él, pero también puedes dar un paso más, buscar información en la red, ir a *kedadas*, compartir tu afición con otras personas, o buscar o hacer *fanwork* y para nosotros, como ya hemos dejado claro, esa es la definición de *fandom*.

Por ejemplo, una persona puede haber leído todos los libros de Harry Potter, haber visto todas las películas, haber ido a ver su obra de teatro y tener muchos muñecos de los personajes en su casa. Eso la hará fan, una gran fan, pero no necesariamente parte de un *fandom* (aunque el coleccionismo es una actividad al límite, no necesita la colaboración de otros). El *fandom* es la comunidad, necesitas interactuar con otros fans y con sus materiales para ser parte del *fandom*, aunque sea desde el rol de *lurker*, ya explicado.

Sin embargo, creemos que muchos de los encuestados sí que entendieron la diferenciación, ya que tenemos *potterhead* (fans de Harry Potter), *whovian* (fans de *Doctor Who*), *sherlockian* (fans de Sherlock Holmes), e incluso *dramiones* (*shippers* de la pareja formada por Draco y Hermione en Harry Potter), y algunos de los encuestados nombraron las asociaciones, club, grupos, comunidades o blogs a través de los que forman parte del *fandom*, e incluso acontecimientos de los que han sido organizadores.

Tabla 21. ¿Pertenece o has pertenecido al *fandom* de alguno de los productos, personajes o universos de los que anteriormente te has declarado fan? Si es que sí, ¿de cuáles?

¿A qué <i>fandom</i> de los anteriores has pertenecido?	Porcentaje	Frecuencia
De todos	69,9	1079
De uno	13,7	212
De dos	7,9	122
De tres	3,6	56
NC	4,9	75
N	100,0	1544

Fuente: elaboración propia.

De todos modos, la mayoría (casi un 70 %) de los que se consideran fans y parte de un *fandom* al mismo tiempo dicen que forman parte de las mismas comunidades que de los

productos de los que son fans, de todos ellos. Y en el caso de los que destacan unos productos frente a los otros, nos encontramos con resultados muy parecidos a los vistos en el ítem «Escribe el nombre de aquellos productos, personajes o universos de los que eres o has sido más fan» (tablas 17 y 18): apenas se mueven unos puestos unos productos sobre otros, aunque la saga de Harry Potter nunca pierde el liderazgo.

Una vez tratado el tema de la pertenencia al *fandom*, queremos conocer la relación que esa pertenencia tiene con Internet.

Tabla 22. Encuestados que formaban parte de un *fandom* antes de conocerlo a través de Internet

¿Formabas parte de un <i>fandom</i> antes de conocerlo a través de Internet?	Porcentaje	Frecuencia
Sí	49,9	771
No	49,7	768
NC	0,3	5
N	100,0	1544

Fuente: elaboración propia.

La verdad es que nos ha sorprendido el gran parecido numérico entre miembros del *fandom* que sí conocían el *fandom* antes de Internet y los que no. Seguramente, tendrá que ver con que son personas que realmente sí se consideran parte de una comunidad de fans y que, por lo tanto, ese equivoco ya no lo tienen. Pero casi un 50 % de los fans ya formaban parte del *fandom* antes de conocerlo por Internet, y el otro 50 % no lo conocían. La diferencia entre sexos tampoco es muy relevante. No llega ni a un 4 % de diferencia entre hombres y mujeres.

Tabla 23. Fecha en la que los encuestados empezaron a formar parte del *fandom* en Internet

¿Cuándo empezaste a formar parte del <i>fandom</i> en Internet?	Porcentaje	Frecuencia
Antes del año 2000	11,8	182
Del 2001 al 2005	25,1	387
Del 2006 al 2010	30,2	466
Después del 2010	31,9	493
NC	1,0	16
N	100,0	1544

Fuente: elaboración propia.

Con respecto a la fecha en la que empezaron a formar parte del *fandom* en Internet, más del 60 % de los encuestados lo hicieron desde el año 2006 en adelante (hasta el día en el que se realizó la encuesta), así que la mayoría se incorporaron a esta tendencia en los 10 últimos años. Pero creemos que sí es reseñable hablar de ese 12 % de usuarios que comenzó a seguir *fandoms* en Internet antes del año 2000. Es un porcentaje bastante

considerable, y más teniendo en cuenta lo difícil que era el acceso a Internet por aquella época, por lo menos en España.

Tabla 24. Fecha en la que los encuestados empezaron a formar parte del *fandom* en Internet según género

Cuándo empezaste a formar parte del <i>fandom</i> en Internet?¿	Mujeres		Hombres	
	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia
Antes del año 2000	8,9	106	21,5	74
Del 2001 al 2005	26	311	22,0	76
Del 2006 al 2010	32,2	385	23,5	81
Después del 2010	32,1	384	31	107
NC	0,8	9	2	7
N	100,0	1195	100,0	345

Fuente: elaboración propia.

Si nos centramos en las diferencias por género, seguramente lo más reseñable es que el 21,5 % de los hombres comenzaron a seguir el *fandom* en Internet antes del año 2000, frente a casi el 9 % de las mujeres. Lo que puede darnos a entender que los hombres tuvieron antes acceso a Internet, o más interés por esta nueva tecnología (cosa que no solía ser nada extraña en el pasado) y que lo utilizaron antes para acompañar a su *fandom*. Seguramente porque, como ya hemos visto, ellos también llevan más años formando parte de diferentes comunidades de fans.

Del año 2001 al 2010 las mujeres empezaron a formar parte del *fandom* en la red con la expansión y democratización de Internet. En la actualidad, después del 2010, la diferencia es mínima, al igual que la facilidad para casi todo el mundo de acceder a la red para hacer en ella lo que más desee.

Tabla 25. Fans que en la actualidad forman parte de algún *fandom*

¿En este momento formas parte de algún <i>fandom</i> ?	Porcentaje	Frecuencia
Sí	80,7	1246
No	19,2	296
NC	0,1	2
N	100,0	1544

Fuente: elaboración propia.

A lo largo de toda la encuesta hemos hablado tanto de fans que lo son, o que lo han sido, como parte de un *fandom*. Ahora queremos acotar más, para ver qué tanto por ciento ha abandonado su afición con el paso del tiempo. Menos de un 20 % de los encuestados ya no forman parte de una comunidad de fans, así que la gran mayoría de

los que contestaron la encuesta aún son parte del *fandom*, parece que no es algo que se abandone con facilidad. Y en ningún caso es coercitivo de que no vuelvan a formar parte de alguno.

Tabla 26. Fans que en la actualidad forman parte de algún *fandom* según género

¿En este momento formas parte de algún <i>fandom</i> ?	Mujer		Hombre	
	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia
Sí	83,2	994	72,2	249
No	16,7	200	27,5	95
NC	0,1	1	0,3	1
N	100,0	1195	100,0	345

Fuente: elaboración propia.

En el caso de las mujeres es un tanto por ciento un poco menor, no llega a un 17 % las fans que ahora ya no son parte del *fandom*. En el caso de los hombres casi llega al 28 %. Así que, aparte de estar menos representados en esta encuesta, su participación en el *fandom* también parece más del pasado en el caso de los hombres.

Cuando hablamos del motivo de este abandono del *fandom*, no hay muchas sorpresas con respecto a esto: la razón más común para el abandono de una comunidad de fans es casi en un 40 % la falta de tiempo, aunque las razones pueden ser de lo más variadas.

Tabla 27. Razones por las que ya no forman parte del *fandom*

¿Por qué en este momento no formas parte de un <i>fandom</i> ?	Porcentaje	Frecuencia
No tengo tiempo	38,5	114
Ya no es algo a lo que me interese dedicar tiempo	11,5	34
Ya no me siento cómodo/a dentro del <i>fandom</i>	7,4	22
No hay ningún producto cultural que me guste lo suficiente en este momento	6,1	18
El <i>fandom</i> que seguía apenas tiene actividad y público en la actualidad	5,1	15
Tengo otro <i>hobby</i> que me gusta más	3,0	9
No tengo tiempo, Ya no es algo a lo que me interese dedicar tiempo	2,7	8
No hay ningún producto cultural que me guste lo suficiente en este momento, Ya no es algo a lo que me interese dedicar tiempo	2,0	6
Ya no es algo a lo que me interese dedicar tiempo, Ya no me siento cómodo/a dentro del <i>fandom</i>	2,0	6
Varias de las respuestas propuestas	11,5	34
Otras	8,8	26
NC	1,4	4
N	100,0	296

Fuente: elaboración propia.

3.4. ACTIVIDADES EN EL *FANDOM*

A partir de aquí, la encuesta se centraba en las actividades que los fans realizan dentro del *fandom*, con apartados especiales para el *fanfiction*, el *fanart* y el *vidding*, que consideramos las actividades creadoras (en el caso de su realización) más desarrolladas, conocidas y, sobre todo, unidas a una formación previa y a unos conocimientos que hay que desarrollar para su producción.

Aun así, y para ampliar el espectro y que este estudio fuera lo más amplio y útil posible a la hora de conocer a los fans hispanohablantes y sus conocimientos, hicimos una compilación de todas las actividades que pudimos aglutinar tras el estudio previo y que pudieran realizar los fans tanto como prosumidores, como simplemente consumidores.

La actividad más común entre los fans, con más de un 70 % de los fans encuestados, es la de comentar su afición a través de las redes sociales. El rol del tertuliano se presenta así como el principal entre los fans. Y es que, ¿quién no quiere hablar de aquello que le interesa con otras personas? Después de todo ¿no es esa facilidad de interactuar la que hace de Internet el lugar perfecto para que el nuevo fan activo se desarrolle, dentro de un *fandom* (comunidad)?

Seguidamente, nos encontramos con la actividad más consumista de todas, teniendo en cuenta, claro está, que el fan lo primero que hace para ser fan es consumir un producto audiovisual o cultural, que es la de consumir merchandasing. Un 70 % de los fans encuestados dice consumirlo (no olvidar que a día de hoy el *merchandising* abarca muchas cosas y muy diversas).

En tercer lugar, con algo menos de dos tercios de los fans, está la utilización de *fansub* o subtítulos hechos por fans, para principalmente series y películas. Actividad que se podría considerar parte de una de las formas más rápidas de consumir y entender en tu idioma de origen (en este caso el castellano) los productos de los que se es fan.

En cuarto y quinto lugar, nos encontramos con que casi un 62 % de los fans gustan de leer *recaps* o *review* y de ver toda clase de *fanart*. Esto deja el top cinco sin encontrar ninguna actividad creadora, cosa que era de esperar, porque después de todo son las que más esfuerzo y conocimientos conllevan.

Tabla 28. Actividades que realizan los fans dentro del fandom

Actividades ⁵⁵	Fans
Comentar en Twitter u otras redes sociales	71,4
Consumir <i>merchandising</i>	70,0
Usar <i>fansub</i> (subtítulos hechos por fans)	63,3
Leer <i>recaps</i> , <i>review</i> o resúmenes	61,9
Buscar y disfrutar del <i>fanart</i>	61,8
Navegar en las páginas oficiales	60,2
Leer <i>fanfiction</i>	48,1
Buscar y disfrutar de los vídeos hechos por fans	43,3
Ir a expos o convenciones oficiales	31,7
Escribir <i>fanfiction</i>	31,2
Jugar al rol (<i>online</i> u <i>offline</i>)	31,0
Buscar <i>spoilers</i>	29,6
Comentar en grupos de WhatsApp	27,9
Tener y jugar con los juegos de mesa y videojuegos oficiales	24,5
Crear <i>fanart</i>	22,3
Participar en visionados en grupo	22,0
Ir a <i>kedadas</i> con otros fans	21,0
Crear webs, blogs o microbloggings	19,5
Leer <i>scanlations</i> (cómic traducidos por fans)	18,9
Ser <i>beta-reader</i>	16,7
Practicar <i>cosplay</i>	16,5
Consumir <i>fandub</i> (vídeos, películas o series de televisión dobladas por fans)	15,2
Leer <i>fanzines</i>	14,2
Crear <i>recaps</i>, <i>review</i> o resúmenes, textuales, fotográficos, infográficos o en vídeo	13,9
Moderar comunidades <i>online</i>	13,7
Crear <i>vidding</i>	12,6
Leer <i>dōjinshi</i> (cómic japoneses dibujados por fans)	12,2
Participar en lecturas en grupo	8,1
Crear subtítulos	8,0
Ver <i>fanfilm</i>	7,9
Escuchar música <i>filk</i> (canciones escritas por fans sobre el <i>fandom</i>)	7,2
Organizar <i>kedadas</i> con otros fans	6,3
Crear juegos	4,3
Crear y mantener un canal de YouTube	3,8
Crear fanzines	3,7
Crear un podcast	3,1
Hacer <i>scanlations</i> (cómic traducidos por fans)	1,8
Escribir y cantar música <i>filk</i> (canciones escritas por fans sobre el <i>fandom</i>)	1,3
Hacer <i>fanfilm</i>	1,3
Hacer <i>fandub</i> (vídeos, películas o series de televisión dobladas por fans)	1,2
Hacer <i>dōjinshi</i> (cómic japoneses dibujados por fans)	0,4

Fuente: elaboración propia.

⁵⁵ En negrita aparecen las actividades que conllevan crear y subrayadas las que tendrán apartado propio.

Eso sí, destacamos que, como era previsible, las actividades no creadoras que hemos enumerado en este estudio, por estar relacionadas directamente con la labor de los prosumidores, el ser consumidor de *fanfiction*, *fanart* y *vidding* son actividades que se encuentran todas ellas entre los ocho primeros puestos del listado de actividades.

Una vez centrados en las actividades creadoras, las que se han destacado (escribir *fanfiction*, crear *fanart* y *vidding*) están entre las seis más realizadas y son realmente las más creativas. Las webs, blogs y microbloggings se alimentan de estas últimas y los *recaps* pueden ser realmente muy creativos. Sin embargo, debido a que sus variantes pueden ser tantos, es imposible de analizar todas sus posibilidades.

Destacamos también que en los *fandoms* hispanohablantes hay creadores de todo tipo, en todas las disciplinas propuestas, por muy complejas o poco conocidas que sean. Un 1,3 % de los fans crean *fanfilm*, con toda su complejidad, al igual que crean y cantan música *filk*, una disciplina muy minoritaria.

Otra cosa a añadir, antes de cambiar a las diferencias por género, es que, aun habiendo tenido en cuenta 41 ítems diferentes (no había intención de olvidar a ningún fan), nos comentaron que no había apartado para aquellos que hacían maquetas (esta disciplina había sido incluida dentro de los creadores de *fanart*, pero parece que los interesados no lo sentían así), y como realmente la pertenencia al *fanart* es algo tan subjetivo, nos ha parecido adecuado nombrarlo.

También se nos comentó que no había apartado para aquellos que organizan Comic Com, Expos o cualquier evento de este tipo. La verdad es que, por un lado, consideramos que esta era una actividad muy profesionalizada y que, por lo tanto, se alejaba un poco de nuestros objetivos (de hecho, se había incluido la opción de organizar *kedadas*, que parecía más asumible). Organizar una convención es algo muy complejo que no consideramos que pudiera ser una actividad muy realizada, para que supusiera un tanto por ciento significativo, pero desde este planteamiento hasta la actualidad hemos descubierto que realmente hay bastantes personas que realizan este tipo de actividades, a diferentes niveles, desde una perspectiva principalmente de fan.

Tabla 29. Actividades que realizan los fans dentro del fandom según género

Actividades ⁵⁶ .	Mujeres	Hombres
Comentar en Twitter u otras redes sociales	76,2	62,2
Consumir <i>merchandising</i>	72,3	65,9
Usar <i>fansub</i> (subtítulos hechos por fans)	61,5	66,9
Leer <i>recaps</i> , <i>review</i> o resúmenes	65,6	54,8
Buscar y disfrutar del <i>fanart</i>	68,3	49,2
Navegar en las páginas oficiales	62,2	56,3
Leer <i>fanfiction</i>	61,7	21,5
Buscar y disfrutar de los vídeos hechos por fans	51,7	27,0
Ir a expos o convenciones oficiales	32,6	29,7
<u>Escribir <i>fanfiction</i></u>	40,7	12,6
Jugar al rol (<i>online</i> u <i>offline</i>)	26,1	40,6
Buscar <i>spoilers</i>	35,2	18,4
Comentar en grupos de WhatsApp	30,7	22,6
Tener y jugar con los juegos de mesa y videojuegos oficiales.	18,6	36,1
<u>Crear <i>fanart</i></u>	26,2	14,8
Participar en visionados en grupo	24,8	16,6
Ir a <i>kedadas</i> con otros fans	23,7	15,6
<u>Crear webs, blogs o microbloggings</u>	21,1	16,4
Leer <i>scanlations</i> (cómic traducidos por fans)	19,4	17,7
<u>Ser <i>beta-reader</i></u>	20,7	9,1
Practicar <i>cosplay</i>	20,1	9,7
Consumir <i>fanclub</i> (vídeos, películas o series de televisión dobladas por fans)	17,3	10,8
Leer <i>fanzines</i>	13,6	15,2
<u>Crear <i>recaps</i>, <i>review</i> o resúmenes, textuales, fotográficos, infográficos o en vídeo</u>	15,2	11,4
Moderar comunidades <i>online</i>	15,3	10,8
<u>Crear <i>vidding</i></u>	15,5	6,6
Leer <i>dōjinshi</i> (cómic japoneses dibujados por fans)	15,6	5,4
Participar en lecturas en grupo	9,8	4,7
<u>Crear subtítulos</u>	8,2	7,6
Ver <i>fanfilm</i>	8,3	6,9
Escuchar música <i>filk</i> (canciones escritas por fans sobre el <i>fandom</i>)	8,7	4,2
<u>Organizar <i>kedadas</i> con otros fans</u>	6,9	5,2
<u>Crear juegos</u>	4,2	4,7
<u>Crear y mantener un canal de YouTube</u>	3,3	4,5
<u>Crear fanzines</u>	3,2	4,7
<u>Crear un podcast</u>	2,3	4,8
<u>Hacer <i>scanlations</i> (cómic traducidos por fans)</u>	1,7	2,1
<u>Escribir y cantar música <i>filk</i> (canciones escritas por fans sobre el <i>fandom</i>)</u>	1,7	0,5
<u>Hacer <i>fanfilm</i></u>	1,6	0,7
<u>Hacer <i>fanclub</i> (vídeos, películas o series de televisión dobladas por fans)</u>	1,2	1,0
<u>Hacer <i>dōjinshi</i> (cómic japoneses dibujados por fans)</u>	0,6	0,0

Fuente: elaboración propia.

⁵⁶ En negrita aparecen las actividades que conllevan crear y subrayadas las que tendrán apartado propio.

A la hora de diferenciar actividades por género, cabe la posibilidad de perderse en un debate actual, que está trayendo mucha polémica. Y es que los gustos por actividades entre hombres y mujeres dentro del *fandom* sí que parecen significativamente diferentes y marcan estereotipos con los que se lucha en la actualidad. Sobre todo, con el tema de los y las *gamers*, que, aunque no es un tema prioritario en este trabajo, sí que es necesario tenerlo en cuenta.

Así que, antes de empezar, es bueno recordar que las actividades que realiza el *fandom* en general en esta encuesta, tienen mayoritariamente un sesgo femenino, porque esta encuesta fue contestada mayoritariamente por mujeres (1586 mujeres fans, frente a 815 hombres fans). De primeras esto puede demostrar un interés mayor por parte de las féminas en el mundo fan, pero, por otro lado, puede confundir, ya que a la hora de sacar los tantos por cientos, hay que dejar claro que, a un tanto por ciento similar, habrá casi el doble de mujeres que hombres.

Aunque pudiera parecer lo contrario, lo cierto es que las diferencias entre hombres y mujeres fans y las actividades que realizan son mínimas. El uso de *fansub* por los fans hombres está en el primer lugar dentro de sus intereses en el *fandom*, con un 67 % de ellos, cuando en el caso de las fans mujeres está en el séptimo lugar, con un 61,5 %. Comentar en Twitter y otras redes sociales, es la actividad más realizada por ellas, con un 76 % de las encuestadas, y la misma actividad para los hombres está en el 3^{er} puesto, con un 62 % de los encuestados interesados en dicha actividad. Y así pasa con la mayoría de las actividades.

Sin embargo, sí que hay otras que marcan una clara diferencia de gustos. En el sexto puesto de la tabla de intereses de las mujeres fans aparece la de leer *fanfic*, actividad que no aparece en la de los hombres; al igual que la de buscar *spoilers*, que es la novena que produce interés entre las féminas. Esta idea, la de que las mujeres están más implicadas en el mundo del *fanfic*, es muy reconocida dentro del *fandom*, y los resultados de la encuesta solo dan más valor a lo observado. El mundo del *fanfiction* está prácticamente copado por las fans femeninas, y es algo de lo que hablaremos más adelante. Más llamativo parece el hecho de que las mujeres buscan *spoilers* en un alto grado, mayor que el de los hombres, pero eso tiene una fácil explicación. Por lo que hemos visto anteriormente, las mujeres tienen un mayor interés que los hombres en las series de

televisión, como *fandom*, siendo las series, o eso pensamos, el mejor medio donde se puede desarrollar la búsqueda de *spoilers*.

Tabla 30. El top diez de actividades que realizan los fans, mujeres y hombres, dentro del *fandom*

Actividades	Mujeres		Actividades	Hombres	
	Porcentaje	Frecuencia		Porcentaje	Frecuencia
Comentar en Twitter u otras redes sociales	76,2	1208	Usar <i>fansub</i> (subtítulos hechos por fans)	66,9	545
Consumir <i>merchandising</i>	72,3	1146	Consumir <i>merchandising</i>	65,9	537
Buscar y disfrutar del <i>fanart</i>	68,3	1083	Comentar en Twitter u otras redes sociales	62,2	507
Leer <i>recaps</i> , <i>review</i> o resúmenes	65,6	1040	Navegar en las páginas oficiales	56,3	459
Navegar en las páginas oficiales	62,2	987	Leer <i>recaps</i> , <i>review</i> o resúmenes	54,8	447
Leer <i>fanfiction</i>	61,7	979	Buscar y disfrutar del <i>fanart</i>	49,2	415
Usar <i>fansub</i> (subtítulos hechos por fans)	61,5	976	Jugar al rol (<i>online</i> u <i>offline</i>)	40,6	331
Buscar y disfrutar de los vídeos hechos por fans	51,7	820	Tener y jugar con los juegos de mesa y videojuegos oficiales.	36,1	294
Buscar <i>spoilers</i>	35,2	559	Ir a expos o convenciones oficiales	29,7	242
Ir a expos o convenciones oficiales	32,6	517	Buscar y disfrutar de los vídeos hechos por fans	27	220

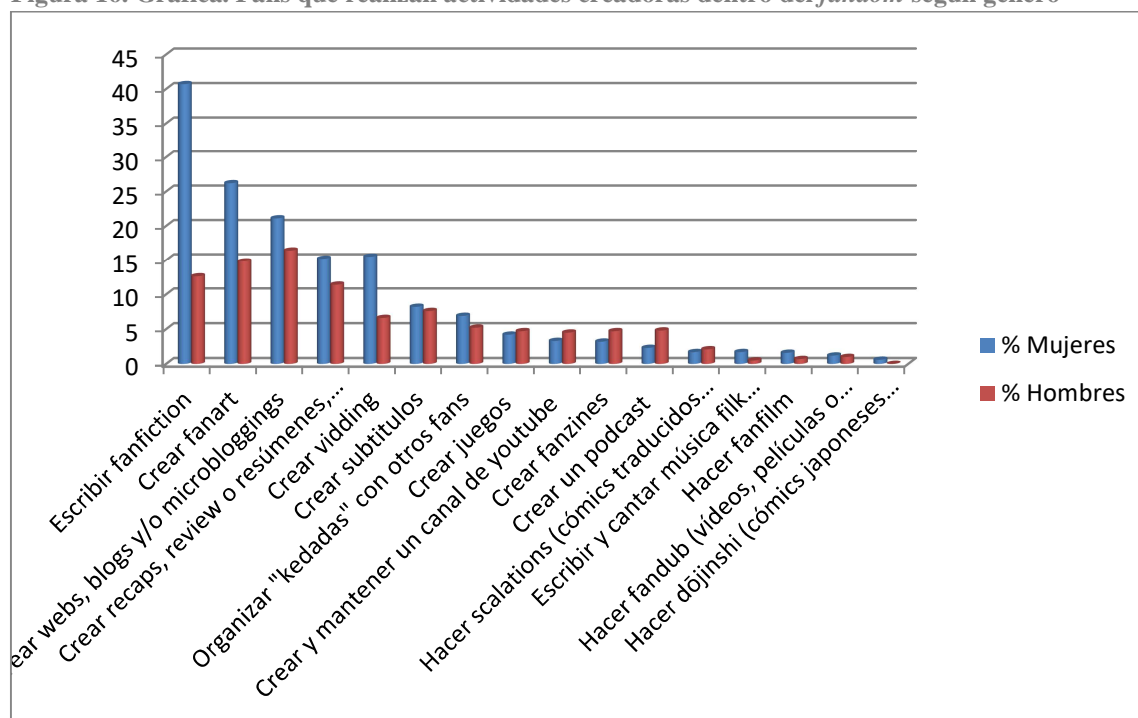
Fuente: elaboración propia.

Ahora nos vamos a enfrentar con el punto más problemático: el de los juegos. O, mejor dicho, el de jugar con esos juegos. No era nuestra intención investigar en profundidad esta problemática, pero consideramos que puede ser importante intentar comprender un poco más estos datos. En el top diez femenino no aparece ninguna actividad relacionada con jugar a juegos relacionados con el *fandom*, no así en el masculino, donde las actividades de leer *fanfiction* y buscar *spoilers* son sustituidas por la de jugar al rol, –en séptimo lugar, con un 40,6 % de los encuestados (331)– y a juegos de mesa o

videojuegos –con un 36,1 % (294), en octavo lugar–. En el caso de las mujeres estas dos actividades son seguidas, en el caso del rol, por un 26,1 % de las encuestadas, que son 414 mujeres, y la de los juegos de mesa y videojuegos por un 18,6 % de las encuestadas, 295.

La conclusión es que, aunque entre los hombres pueda haber más intencionalidad de jugar tanto al rol como a otro tipo de juegos, en el cómputo general, el número de hombres y mujeres que juegan dentro del *fandom* es muy similar.

Figura 16. Gráfica. Fans que realizan actividades creadoras dentro del *fandom* según género



Fuente: elaboración propia.

3.5. TIPOS DE FANS, SEGÚN ACTIVIDADES

A partir de ahora vamos a hablar de las características de los diferentes tipos de fans, de cómo son y de qué los define. Ya no trataremos con los números totales casi nunca, solo al comienzo de cada apartado, porque una vez propuesta la base de con cuánta gente tratamos, pensamos que esta forma de trabajar con los datos aportara más, más rápidamente.

Por otro lado, habíamos planteado hacer tablas cruzadas, aparte de las de género, con algunos de los ítems para definir aún más las características de nuestros fans en cada

una de las actividades que vamos a analizar, pero tras realizar las primera tablas nos dimos cuenta de su inutilidad, ya que por ejemplo, el tanto por ciento de escritores de *fanfic* y encuestados españoles era tan alto en comparación con la de algunos otros países, que los datos que sacábamos de aquellas primeras tablas eran completamente inútiles. Aun así, sí que vamos a comparar los datos de los diferentes creadores y seguidores de ciertas actividades con las de los fans en general, para ver qué los une y qué los diferencia.

3.5.1. LOS ESCRITORES DE *FANFICTION*

Escribir *fanfiction* es una de las actividades más desarrolladas por los fans a través de la red. Es la actividad creadora que más desarrollan los fans, según esta encuesta, y como podemos observar en la tabla 28 es la 10ª actividad más desarrollada en el *fandom*.

Tabla 31. Fans que escriben *fanfiction*

¿Escribes o has escrito <i>fanfiction</i> ?	Porcentaje	Frecuencia
Sí	31,2	751
No	68,7	1652
NC	0,1	3
N	100,0	2406

Fuente: elaboración propia.

Páginas como Fanfiction.net y Archive of our own tienen millones de estos relatos y cerca de una tercera parte de los fans dicen escribir o haber escrito *fanfic* en algún momento. Esto no deja de ser un porcentaje muy importante, teniendo en cuenta el esfuerzo que supone y que la recompensa es, en todo caso, moral.

Tabla 32. Fans que escriben *fanfiction* según género

¿Escribes o has escrito <i>fanfiction</i> ?	Mujeres	Hombres
Sí	40,7	12,6
No	59,1	87,2
NC	0,1	0,1
N	100,0	100,0

Fuente: elaboración propia.

Las observaciones previas y la sección anterior nos presentaban una visión del *fanfiction* muy femenina y los datos apoyan claramente estas observaciones previas. Un 40,8 % de las encuestadas se consideran escritoras de *fanfiction*, frente a un 12,6 % de los hombres. Así, creemos que queda confirmada la tendencia de mujeres escritoras de *fanfiction*. De hecho, lo que ha llamado más la atención en esta pregunta, o en estas

respuestas, ha sido la contestación de los fans escritores masculinos: casi un 13 % no es un mal porcentaje, tomando en consideración los pocos hombres escritores que se encuentran normalmente en los *fandoms*

A partir de ahora nuestro grupo objetivo de estudio será de 751 personas, un 31 % de todos nuestros encuestados, ya que son los que escriben *fanfiction*: 646 mujeres, 103 hombres y otras dos personas que no contestaron la pregunta de género.

A. DATOS DEMOGRÁFICOS DE LOS ESCRITORES DE *FANFICTION*

Como ya comentamos, el mayor número de fans se encuentran en la franja de edad entre los 19 y los 28 años y lo mismo sucede con los escritores de *fanfic*, pero en un porcentaje mayor: un 55 % de los encuestados escritores se encuentran en esa franja. Por lo demás y en el cómputo general, los escritores de *fanfiction* son ligeramente más jóvenes que los fans en general.

Tabla 33. Edad de los escritores en comparación con los fans en general

Edad	Escritores de <i>fanfic</i>	Fans en general
13 años o menos	0,9	0,7
De 14 años a 18 años	15,7	12,5
De 19 años a 23 años	31	26,2
De 24 años a 28 años	24	20,6
De 29 años a 33 años	13,8	15,8
De 34 años a 43 años	12,4	18,8
De 44 años a 53 años	1,5	3,7
Más de 54 años	0,1	0,7
NC	0,1	0,9
N	100	100,0

Fuente: elaboración propia.

A la hora de cruzar los datos por género, con respecto a la edad, se puede observar que una tercera parte de las escritoras de *fanfic* están entre los 19 y 23 años de edad, y más de un cuarto de los hombres, entre los 34 y 43. De hecho, es en esta franja donde más se nota la diferencia entre hombres y mujeres escritores de *fanfic*, ya que en el caso de las mujeres solo un poco más del 10 % están en este rango de edad.

Los hombres escritores son, por lo general, más mayores que las mujeres, lo que apoya todos los datos obtenidos anteriormente, que hablan de una edad mayor de los fans masculinos. Con respecto a la edad de estos, casi un 44 % de ellos están entre los 19 y 28 años, un número para nada desdeñable, pero mucho menor que el de sus homólogas femeninas. Y es que la edad de los escritores varones no está tan agrupada en este rango

etario. De hecho, está más repartida y hay un rebrote entre los hombres fans escritores de 34 a 43 años.

Tabla 34. Edad de los escritores de *fanfiction* según género

Edad	Mujeres	Hombres
13 años o menos	0,8	1,9
De 14 años a 18 años	16	12,6
De 19 años a 23 años	32,5	22,3
De 24 años a 28 años	24	21,4
De 29 años a 33 años	13,9	13,6
De 34 años a 43 años	10,5	24,3
De 44 años a 53 años	1,4	2,9
Más de 54 años	0	1
NC	0,2	0
N	100,0	100,0

Fuente: elaboración propia.

Al tratar la nacionalidad de los escritores de *fanfic*, nos resulta interesante primero comentar que hemos unificado una buena cantidad de países en la opción «Resto de países hispanohablantes» porque su representación era muy simbólica y la organización de esta tabla queda mucho más clara.

Tabla 35. Nacionalidad de los escritores de *fanfic* en comparación con los fans en general

Nacionalidad	Escritores	Fans en general
España	71,3	81,3
México	11,3	5,7
Argentina	5,2	4,3
Chile	3,2	1,8
Venezuela	1,3	1,6
Costa Rica	1,1	0,4
Colombia	1,6	1,8
Perú	0,9	0,7
Uruguay	1,1	0,7
Resto de países hispanohablantes	2,5	1,3
Otros países no hispanohablantes	0,4	0,3
NC	0,1	0,1
N	100,0	100,0

Fuente: elaboración propia.

Como ya pasaba con los fans en general, la nacionalidad más destacada entre los encuestados escritores de *fanfic* era la española, por una gran mayoría. Más de un 70 % lo son, y como en el caso anterior, no podemos estar seguros de que fuera un signo claro de la representación en el *fandom*, o que tuviera que ver el hecho de que la encuesta se distribuyera a través de la red, pero desde España, por gente española principalmente.

Aun así podemos sacar interesantes conclusiones al comparar estos datos de escritores con los de los fans en general.

El número de escritores de *fanfic* desciende en un 10 % en comparación al de fans en España, lo que nos hace llegar a la conclusión de que los fans de los países hispanohablantes que no son España tienen una buena representación de escritores y que, a menor representación de fans, la mayoría tienen mayor representación de escritores. Mientras que casi un 6 % de los fans encuestados son mexicanos, más de un 11 % de los escritores encuestados los son. Casi el doble. Algo parecido pasa con los escritores de *fanfic* chilenos o costarricenses y, en general, con casi todas las nacionalidades analizadas menos Venezuela y Colombia.

Tabla 36. Nacionalidad de los escritores de *fanfiction* según género

Nacionalidad	Mujeres	Hombres
España	69	85,4
México	12,1	6,8
Argentina	5,9	1
Chile	3,4	1,9
Venezuela	1,5	0
Costa Rica	0,9	1,9
Colombia	1,5	1,9
Perú	1,1	0
Uruguay	1,2	0
Resto de países hispanohablantes	0,3	1,1
Otros países no hispanohablantes	0,5	0
NC	0,2	0
N	100,0	100,0

Fuente: elaboración propia.

Cuando nos ponemos a analizar este ítem por género, los datos también son muy reveladores. El número de hombres escritores españoles es de un 85 %, lo que deja patente que hay muy pocos escritores de *fanfic* hombres en el resto de los países hispanohablantes. Sin embargo, el número de escritoras españolas es de un 69 %, lo que, aun siendo un número muy elevado en comparación con el resto de las nacionalidades, demuestra que en países como México, Argentina o Chile, el número de escritoras de *fanfiction* es importante en comparación con el número de fans y de escritores masculinos.

El siguiente punto a tratar es el de los estudios que tienen finalizados los escritores de *fanfic* encuestados.

Tabla 37. Últimos estudios finalizados de los escritores de *fanfiction* en comparación con los fans en general

Estudios finalizados	Escritores	Fans en general
Educación primaria	2,4	2,3
Educación secundaria	15,5	14,1
Educación preuniversitaria	26,4	22,9
Formación profesional	12,1	13,1
Educación universitaria	30,0	31,1
Postgrados, doctorados, masters	13,2	16,4
NC	0,3	0,1
N	100,0	100,0

Fuente: elaboración propia.

La diferencia entre los estudios terminados por los escritores de *fanfic* en comparación con los de los fans en general es realmente muy poco significativa. Solo se nota un poco en que aumenta en más o menos un 3 % el número de escritores que tienen terminados estudios preuniversitarios y descende en un tanto por ciento parecido la de aquellos que tienen terminados postgrados. La edad de los escritores aumenta en la franja de edad en la que oficialmente deberían de estar cursando estudios universitarios, así que por lo tanto, esa variación nos parece normal.

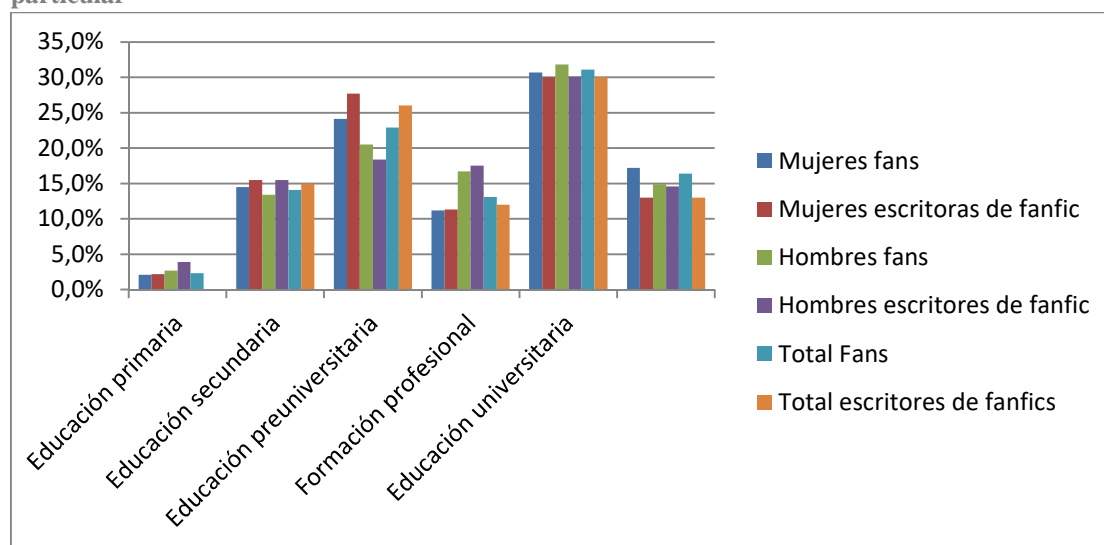
Tabla 38. Últimos estudios finalizados de los escritores de *fanfiction* según género

Estudios finalizados	Mujeres	Hombres
Educación primaria	2,2	3,9
Educación secundaria	15,5	15,5
Educación preuniversitaria	27,7	18,4
Formación profesional	11,3	17,5
Educación universitaria	30,0	30,1
Postgrados, doctorados, masters	13,0	14,6
NC	0,3	0,0
N	100,0	100,0

Fuente: elaboración propia.

Sin embargo, a la hora de tratar los estudios realizados por los escritores según género nos encontramos con una diferencia bastante significativa aunque ya observada. Las mujeres tienen casi en un 28 % estudios preuniversitarios finalizados, mientras que los hombres un 18 %. Por otro lado, los hombres tienen finalizados estudios de formación profesional en un poco menos del 18 % frente a un 11 % de las mujeres. Como ya vimos en el epígrafe genérico de este mismo ítem, es una tendencia bastante natural, que no sabemos exactamente porqué se potencia un poco más entre los escritores de *fanfic*, pero que aun así no nos parece significativa.

Figura 17. Gráfica. Comparativa de estudios finalizados de fans en general y escritores en particular



Fuente: elaboración propia.

A continuación seguiremos con aquellos datos que nos explican qué están haciendo los escritores de *fanfiction* en la actualidad en su vida real, en comparación con los fans en general.

Tabla 39. Ocupación de los escritores en comparación con los fans en general

¿Qué haces en la actualidad?	Escritores	Fans en general
Estoy trabajando	24,0	31,5
Estoy buscando trabajo	8,4	8,6
Estoy intentado montar mi propio negocio	0,4	1,2
Estoy a cargo de la casa, los hijos o personas enfermas	1,5	1,1
Estoy jubilado	0,0	0,3
Estoy cursando estudios inmediatamente superiores a mi última titulación	29,6	24,3
Estoy estudiando idiomas	2,7	2,5
Estoy estudiando algo relacionado con la informática: programación, diseño gráfico, creación de páginas web	1,6	1,9
Estoy estudiando (otra opción no nombrada en la encuesta) o estoy estudiando una mezcla de lo nombrado en la encuesta	8,5	12,7
Estoy buscando trabajo. Estoy estudiando	6,1	4,5
Estoy trabajando, Estoy estudiando	8,3	4,8
Otras opciones y diversas combinaciones	8,0	6,3
NC	0,8	0,4
N	100,0	100,0

Fuente: elaboración propia.

Lo más significativo que encontramos en este caso, son cosas bastante obvias. Los escritores de *fanfic* suelen ser más jóvenes que los fans en general, por lo tanto, hay más

estudiantes y menos trabajadores entre ellos. También hay que tener en cuenta que los estudiantes, por lo general, tienen más tiempo para realizar una actividad elaborada como es la escritura. Por eso no es de extrañar que el 30 % de los escritores de *fanfic* estén cursando estudios inmediatamente superiores a su última titulación, sumando más de un 20 % los que están estudiando cosas varias o estudiando y buscando trabajo, pero no olvidemos que un 24 %, un tanto por ciento muy elevado, está trabajando.

Tabla 40. Ocupación de los escritores según género

¿Qué haces en la actualidad?	Mujeres	Hombres
Estoy trabajando	22,4	34,0
Estoy buscando trabajo	8,0	10,7
Estoy intentado montar mi propio negocio	0,5	0,0
Estoy a cargo de la casa, los hijos o personas enfermas	1,5	1,0
Estoy jubilado	0	0,0
Estoy cursando estudios inmediatamente superiores a mi última titulación	31,1	20,4
Estoy estudiando idiomas	2,5	3,9
Estoy estudiando algo relacionado con la informática: programación, diseño gráfico, creación de páginas web	1,5	1,9
Estoy estudiando (otra opción no nombrada en la encuesta) o estoy estudiando una mezcla de lo nombrado en la encuesta	9,1	4,9
Estoy buscando trabajo. Estoy estudiando	6,5	3,9
Estoy trabajando, Estoy estudiando	7,7	11,7
Otras opciones y diversas combinaciones	8,2	6,8
NC	0,8	1,0
N	100,0	100,0

Fuente: elaboración propia.

Siguiendo la misma dinámica que hasta ahora, los hombres escritores de *fanfic* están trabajando en mayor medida que las mujeres, en una diferencia de más de un 10 %, mientras que, las mujeres están estudiando en casi la misma proporción más que los hombres. Y esas son las opciones mayoritarias.

Una vez que ya hemos plantado las bases más sociodemográficas de los escritores de *fanfictions*, es posible centrarse en su vida como fans.

Los resultados son muy similares a los conseguidos con los datos de los fans en general: casi un 60 % de los escritores lleva formando parte de las comunidades de fans de 6 a 15 años. Nueve puntos por encima de los fans en general, pero aun así, un tanto por ciento alto. La conclusión opuesta es que apenas hay escritores de *fanfic* que lleven en el mundo del *fandom* más de 21 años, no llegan ni a un 10 %.

Tabla 41. Los años que llevan los escritores de *fanfiction* siendo fans en comparación con los fans en general

¿Cuántos años llevan los escritores de <i>fanfic</i> formando parte del mundo de los fans?	Escritores	Fans en general
De 1 a 5 años	10,5	11,9
De 6 a 10 años	35,6	30,5
De 11 a 15 años	24,0	21,5
De 16 a 20 años	17,4	16,2
Más de 21 años	7,3	12,8
Otras respuestas	4,1	4,5
NC	1,1	2,6
N	100,0	100,0

Fuente: elaboración propia.

Como ya vimos en el ítem de la edad, los hombres fans y escritores son, por lo general, más mayores que las mujeres. Por lo tanto, es normal comprobar que también llevan más tiempo formando parte del *fandom*. Las fans escritoras que llevan en el *fandom* más de 21 años son un 4 %, frente a un 27 % de los escritores encuestados. También llama la atención lo contrario, los pocos hombres escritores fans que han entrado en el *fandom* en los últimos años, en comparación con las mujeres escritoras. Es posible que la actual feminización del *fandom* y del *fanfiction* haya tenido algo que ver a este respecto.

Tabla 42. Los años que llevan los escritores de *fanfiction* siendo fans según género

¿Cuántos años llevan los escritores de <i>fanfic</i> formando parte del mundo de los fans?	Mujeres	Hombres
De 1 a 5 años	11,8	2,9
De 6 a 10 años	37,2	25,2
De 11 a 15 años	25,1	16,5
De 16 a 20 años	17,2	19,4
De 21 a 25 años	2,6	11,7
De 26 a 35 años	1,5	11,7
Más de 35	0,0	3,9
Otras respuestas	3,6	7,8
NC	1,1	1,0
N	100,0	100,0

Fuente: elaboración propia.

B. PRODUCTOS CULTURALES MÁS SEGUIDOS POR LOS ESCRITORES DE *FANFICTION*

A continuación dejaremos de hablar de las características sociodemográficas de los escritores de *fanfic* y empezamos a tratar su relación con el *fandom*.

En principio, los datos tampoco varían mucho con respecto a los de los fans en general. El número de escritores de *fanfic* que entran en el *fandom* a través de series de televisión es un poco menor que en el caso de los fans en general, y ese porcentaje lo implementan los libros –cosa bastante natural si tenemos en cuenta que son personas a las que les gusta escribir y que, por lo tanto, lo más probable es que también les guste leer–.

Tabla 43. Principalmente a través de qué producto cultural se hacen fans los escritores encuestados en comparación con los fans en general

Producto cultural a través del cual te haces fan	Escritores	Fans en general
Series de televisión	44,6	48,3
Libros	26,8	21,7
Películas	7,3	11,3
Cómics	5,9	6,6
Videojuegos	5,3	6,0
Otros	3,4	2,2
Varios	3,5	1,9
Todas	3,1	1,9
NC	0,1	0,1
N	100,0	100,0

Fuente: elaboración propia.

Cuando lo diferenciamos por sexos, casi la mitad de las mujeres encuestadas entran en el *fandom* a través de las series de televisión, un porcentaje mayor, incluso, que el que podemos ver en el total de encuestados escritores. Pero en el caso de los hombres no llega ni a un cuarto de los encuestados. Sigue la tendencia que ya vimos con los fans en general: la mayoría de las escritoras entran en el *fandom* a través de series de televisión y, luego, a través de los libros.

En el caso de los hombres escritores, los porcentajes están mucho más repartidos entre los productos culturales. Casi un cuarto de ellos entran a través de los libros y en menos de una quinta parte entran a través de los cómics, tendencia que se aleja un poco de los fans hombres en general, que por lo normal también entraban en una gran cantidad a través de las series de televisión, aunque no tanto como sus compañeras.

Tabla 44. Principalmente a través de qué producto cultural se hacen fans los escritores encuestados según género

Producto cultural a través del cual te haces fan	Mujeres	Hombres
Series de televisión	48,1	22,3
Libros	27,2	24,3
Películas	6,5	12,6
Cómics	3,9	18,4
Videojuegos	3,4	17,5
Otros	3,9	1,0
Varios	4,0	0,0
Todas	2,8	3,9
NC	0,2	0,0
N	100,0	100,0

Fuente: elaboración propia.

Sin embargo, curiosamente, pero siguiendo la tendencia anteriormente vista, al hablar de los productos específicos de los que son fan, los escritores de *fanfic* se alejan de la series de televisión, aunque solo en un principio.

Tabla 45. Productos, personajes o universos de los que son más fans los fans en general y los escritores de *fanfiction* en particular

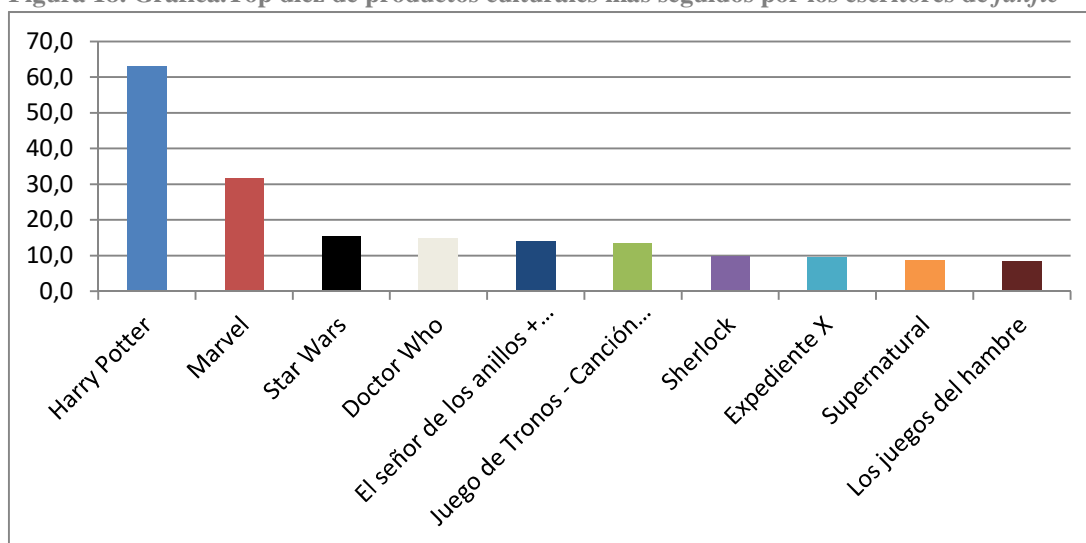
¿De qué eres o has sido fan?	Escritores	Fans en general
Harry Potter	62,8	41,0
Marvel	31,6	25,5
<i>Star Wars</i>	15,3	16,4
<i>Juego de Tronos - Canción de hielo y fuego</i>	13,4	13,3
<i>El Señor de los Anillos</i>	14,1	12,8
<i>Expediente X</i>	9,5	8,7
<i>Doctor Who</i>	14,9	8,6
<i>DC</i>	8,0	6,6
<i>Los juegos del hambre</i>	8,3	6,3
<i>Sherlock</i>	9,7	4,7

Fuente: elaboración propia.

Harry Potter, Marvel y *Star Wars* siguen siendo los productos más seguidos. De hecho, el universo creado alrededor del personaje de Harry Potter sigue siendo el líder indiscutible de los productos culturales con más seguidores, con un 62,8 % de los escritores encuestados fans de estos personajes literarios. Eso sí, en su mayoría son escritoras, el 68 % de fans femeninas, cifra que choca con el 30 % de escritores masculinos, que siguen siendo muchos en comparación con el 19,4 % de los fans hombres que se consideraban seguidores del niño mago. La diferencia entre los fans en general de Marvel y *Star Wars* y los escritores de *fanfic* es mucho menor.

Pero aun así, el top diez de los productos culturales más seguidos por los escritores de *fanfic* no es el mismo que el de fans en general.

Figura 18. Gráfica. Top diez de productos culturales más seguidos por los escritores de *fanfic*



Fuente: elaboración propia.

Los datos más destacables son las nuevas posiciones adquiridas por la serie *Doctor Who* y el personaje de Sherlock Holmes y la entrada en este top diez de la serie *Supernatural*. Mientras que *Doctor Who* estaba en el puesto siete en la lista de fans como producto favorito (un 8,6 % de los fans encuestados se consideraban fans de *Doctor Who*), nos encontramos con que, en las preferencias de los escritores, pasa a un cuarto lugar: casi un 15 % de los escritores encuestados es fan de *Doctor Who*.

Por otro lado, Sherlock Holmes pasa del décimo lugar, que ocupaba en la lista de productos con más fans, al séptimo lugar según los escritores, con casi un 10 % que se consideran seguidores de este personaje. Por último, hablamos de la aparición en la lista de la serie *Supernatural*, en un noveno lugar, con casi un 10 % de fans escritores como fans, la mayoría mujeres, cuando la serie no entraba en el listado de los diez primeros en interés, en la lista de los fans en general.

Poniendo de nuevo de ejemplo la página de *fanfics* Fanfiction.net, comentamos que estos resultados son bastante previsibles, ya que *Supernatural* es la serie que más *fics* tiene en esta página, en la sección de series de televisión, seguida por *Glee*, *Doctor Who* y *Sherlock Holmes*. De todas estas, la única que ya finalizó fue *Glee*, que lo hizo en 2015, con respecto al personaje de Sherlock Holmes es difícil saberlo, porque tiene varias series que entran y salen de la parrilla televisiva constantemente, pero con respecto a

Glee y su final definitivo, es posible que sea la razón de que su *fandom* de escritores ya no esté tan activo.

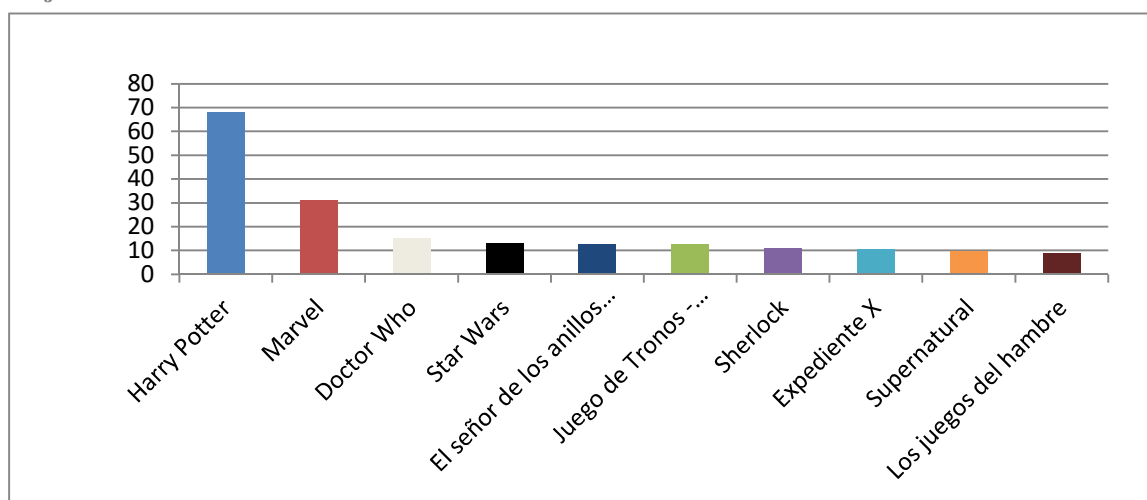
Tabla 46. Comparativa de productos, personajes o universos de los que son más fans los fans en general y los escritores de *fanfiction* según género

¿De qué eres o has sido fan?	Mujeres		Hombres	
	Escritoras	Fans en general	Escritores	Fans en general
Harry Potter	68,3	52,3	30,1	19,4
Marvel	31,3	22,8	34,0	30,9
Star Wars	13,3	10,8	28,2	27,4
Juego de Tronos	12,5	11,7	19,4	16,7
El Señor de los Anillos	12,8	10,2	22,3	17,8
Expediente X	10,7	10,6	1,9	5,0
Doctor Who	15,0	9,1	14,6	7,5
DC	7,4	5,1	11,7	9,4
Los juegos del hambre	9,0	8,8	3,9	1,5
Sherlock	11,0	6,0	1,9	2,1

Fuente: elaboración propia.

Con respecto a los productos culturales más seguidos por los escritores de *fanfic*, sí que parece que el género es un tema relevante, aunque ya lo era también con los fans en general. Menos en el caso de los productos de Marvel y de la serie *Doctor Who*, lo cierto es que los porcentajes en el interés de estos productos hacen dos top diez bastante diferenciados.

Figura 19. Gráficas. Top diez de productos culturales más seguidos por los escritores de *fanfic* mujeres.

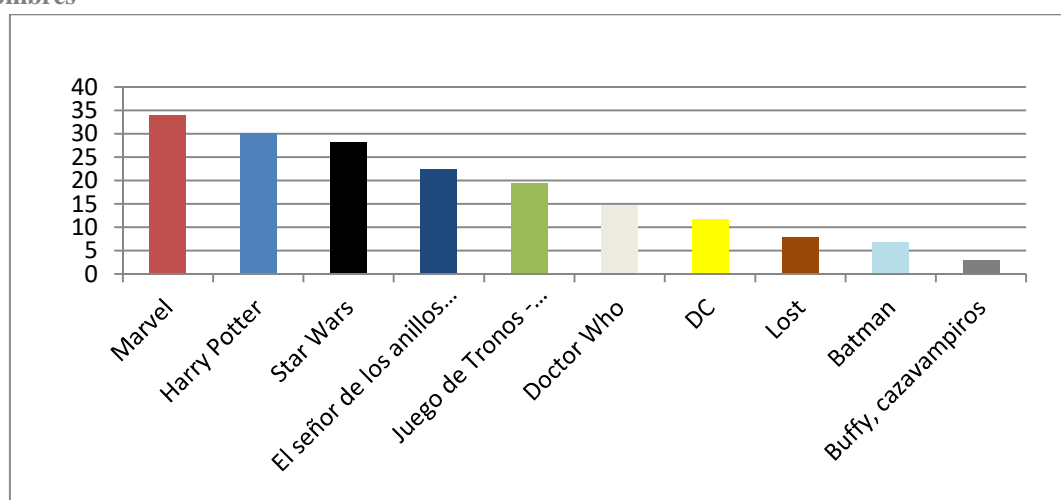


Fuente: elaboración propia.

Lo más llamativo es claramente el gran fenómeno fan que ha desencadenado Harry Potter para las escritoras de *fanfic* femeninas, que casi llega a un 70 % de las encuestadas. Con el resto de productos nos movemos en tantos por cientos que no superan el 35 % de los encuestados.

Así vemos que Marvel tiene un tanto por ciento de público tanto femenino como masculino muy similar en el mundo de los escritores de *fanfic*, pero no es lo que sucede normalmente. Tanto es así que en el top diez femenino entran productos que no aparecen en el masculino (por ejemplo, el personaje de Sherlock Holmes, que está en el puesto número siete, y las dos series de ciencia ficción *Expediente X* y *Supernatural*). En el caso del listado de los escritores varones, entran a formar parte del top diez productos como el mundo de DC (específicamente, Batman) o series como *Lost* o *Buffy, cazavampiros*.

Figura 20. Gráfica. Top diez de productos culturales más seguidos por los escritores de *fanfic* hombres



Fuente: elaboración propia.

C. EL FANDOM DE LOS ESCRITORES DE FANFICTION

La identificación de los escritores de *fanfiction* como parte de una comunidad de fans es muy alta (de hecho, la más alta que nos vamos a encontrar en este estudio). Menos de un 7 % de los escritores de *fanfiction* no se consideran parte del *fandom* (un porcentaje pequeño, comparado con el 37 % de los fans en general que no se consideran parte de la comunidad), pero aun así un tanto por ciento significativo si tenemos en cuenta que son personas que escriben *fanfiction* para algún *fandom*.

Tabla 47. Escritores de *fanfiction* que se consideran o se han considerado parte del *fandom* en comparación con los fans en general

Identificación como miembros del <i>fandom</i>	Escritores	Fans en general
Sí	93,3	64,2
No	6,5	35,6
NC	0,2	0,2
N	100,0	100,0

Fuente: elaboración propia.

En el caso de hombres y mujeres, se ratifica la tendencia de los fans en general: las mujeres se sienten más parte del *fandom* que los hombres. Menos de un 7 % de las escritoras mujeres no se identifica dentro de un *fandom*, frente al 21 % de ellos, y aun así son los hombres escritores de *fanfiction* los que más se identifican dentro del *fandom*, dentro de los que hemos estudiado.

Tabla 48. Escritores de *fanfiction* que se consideran o se han considerado parte del *fandom* en comparación con los fans en general

Identificación como miembros del <i>fandom</i>	Mujeres	Hombres
Sí	93,3	78,6
No	6,5	20,4
NC	0,2	1,0
N	100,0	100,0

Fuente: elaboración propia.

En la siguiente pregunta, buscábamos describir lo más adecuadamente la relación de los escritores de *fanfic* con los propios *fanfics*. Los encuestados podían marcar todas las respuestas que quisieran, ya que no eran excluyentes y sí podían ser complementarias.

Lo primero que podemos destacar es que alrededor del 50 % de los encuestados escritores de *fanfiction*, *aparte* del *fanfiction*, escriben o escribían ficción original. En el caso de los hombres llega a casi un 60 %, cuando en el de las mujeres ronda el 45 %. Un dato curioso es que casi el 43 % de ellos escribía *fanfic* sin saberlo, lo que significa que escribían relatos basados en alguna ficción conocida sin, seguramente, saber que otras personas lo hacían e incluso podían compartirlos.

Otro dato muy importante y que corrobora, en parte, la premisa de esta tesis es que el 42,2 % de los escritores de *fics* consideran que desde que escriben *fics* su técnica ha mejorado y que se fijan en cosas que antes no notaban. En el caso de las mujeres,

alcanza un 44 %, mientras que en el caso de los hombres se queda en un 31 %. En todo caso, es un tanto por ciento importante.

Tabla 49. Afirmaciones que más representan al escritor de *fanfiction*

Opciones que más te representen	Escritores
Ya escribía <i>fanfic</i> antes de saber lo que eran	42,9
El primer relato que escribí, aparte de la escuela, fue un <i>fanfic</i>	32,5
Me gustaría ser escritor/a, guionista, periodista... algo que me permita escribir	26,4
Desde que escribo <i>fanfic</i> mi técnica ha mejorado y me fijo en cosas que antes no hacía	42,2
Escribo <i>fanfic</i> porque me gusta escribir y así es más fácil llegar a lectores potenciales	27,3
He estudiado o estudiaré Filología, Literatura, Ciencias de la Información...	18,9
Escribo o escribía ficción original	46,3
He escrito <i>fanfiction</i> en un idioma diferente al castellano	22,5
He escrito un <i>fanfic</i> como deberes para mis clases de inglés, castellano u otro idioma	11,9
Escribir <i>fanfic</i> me motiva a seguir escribiendo	35,3
Nunca he publicado mis <i>fanfiction</i>	20,6
Ya no escribo <i>fanfiction</i>	33,8
NC	0,1

Fuente: elaboración propia.

Un dato revelador de esta pregunta es que, aunque un 60 % de los hombres escritores de *fanfic* querrían tener como profesión alguna que les permitiera escribir, solo un 17,5 % ha estudiado o va a estudiar Filología, Literatura o alguna de las carreras de Ciencias de la Información (en España Periodismo, Comunicación Audiovisual y Publicidad y Relaciones Públicas), las cuales se pueden considerar las más relacionadas con esta profesión. En el caso de las mujeres, solo un 21 % desearía ser escritora, guionista, periodista... (un porcentaje mucho menor), pero un 19,2 % ha estudiado o va a estudiar alguna de las carreras nombradas anteriormente. Por lo tanto, encontramos un tanto por ciento muy afín entre el deseo de trabajo y los estudios realizados. ¿Creen los hombres menos en la formación en letras?

Otros dos puntos interesantes son los que nos descubren parte de la motivación para escribir. Algo más del 35 por ciento de los encuestados dice que escribir *fanfic* los motiva para seguir escribiendo (en el caso de las mujeres sube hasta casi un 37 %, mientras que, en el de los varones, no llega ni a un cuarto de los encuestados), pero lo más interesante, y lo que demuestra esa motivación que da el *fandom* a sus artistas, es la idea de que casi un tercio de los escritores de *fic* encuestados tuvieron un *fanfic* como primer relato escrito, fuera de la escuela. Así que empezaron a desarrollar su afición

gracias al *fandom*. De hecho, en el caso de los hombres esta tendencia llega a casi un 37 % de ellos.

Tabla 50. Afirmaciones que más representan al escritor de *fanfiction* según género

Opciones que más te representen	Mujeres	Hombres
Ya escribía <i>fanfic</i> antes de saber lo que eran	40,4	58,3
El primer relato que escribí, aparte de la escuela, fue un <i>fanfic</i>	31,9	36,9
Me gustaría ser escritor/a, guionista, periodista... algo que me permita escribir	21,1	60,2
Desde que escribo <i>fanfic</i> mi técnica ha mejorado y me fijo en cosas que antes no hacía	44,0	31,1
Escribo <i>fanfic</i> porque me gusta escribir y así es más fácil llegar a lectores potenciales	28,6	19,4
He estudiado o estudiaré Filología, Literatura, Ciencias de la Información...	19,2	17,5
Escribo o escribía ficción original	44,4	58,3
He escrito <i>fanfiction</i> en un idioma diferente al castellano	24,0	12,6
He escrito un <i>fanfic</i> como deberes para mis clases de inglés, castellano u otro idioma	12,1	9,7
Escribir <i>fanfic</i> me motiva a seguir escribiendo	36,8	24,3
Nunca he publicado mis <i>fanfiction</i>	18,3	35,0
Ya no escribo <i>fanfiction</i>	33,4	36,9
NC	0,0	1,0

Fuente: elaboración propia.

Para finalizar con esta pregunta, destacaremos un dato interesante.

Como ya se ha comentado, en nuestra investigación previa apenas se detectaron escritores masculinos de *fanfic*. De hecho, aun siendo el número de encuestados hombres mucho menor que el de mujeres, nos sorprendió el porcentaje de hombres que sí decía escribir *fanfiction*. Sin embargo, es necesario acotar lo siguiente: no es lo mismo escribir que publicar, dejar en la red un relato ante el escrutinio de la audiencia. Un 35 % de los escritores hombres de *fanfic* reconocen que nunca han publicado sus *fanfics*, frente a un 18 % de las escritoras de *fic*. Esta diferencia nos parece muy significativa y aclaradora. Muchos escritores de *fic* masculinos no se ven en la red porque realmente no se encuentran allí. ¿Se sienten más valoradas las escritoras, o más arropadas por el *fandom* –del que, por otra parte, normalmente se sienten más parte–, o simplemente son más osadas? También puede ser un tema de visibilización, que se haya arraigado con el paso de los años.

Continuando con el análisis, una figura muy relacionada con la del escritor de *fanfiction*, es la de *beta* o *beta-reader*, un tipo de editor aficionado, pero normalmente

especializado en un *fandom* o *fandoms* determinados, que ayuda al escritor de *fanfic* a que su trabajo quede lo mejor posible. Por lo tanto, nos parece importante destacar qué relación tiene el escritor con la figura del *beta*.

Tabla 51. Afirmaciones que más representan al escritor de *fanfiction* con respecto al *beta –reader*

Opciones que más te representen	Escritores
No sabía lo que era un o una <i>beta</i> , me acabo de enterar	28,8
No tengo <i>beta</i>	44,6
Cambio de <i>beta</i> dependiendo del <i>fandom</i> o de las circunstancias	9,2
Quiero un o una <i>beta</i> fija, pero no lo consigo	6,9
Tengo un o una <i>beta</i> fija desde hace muchos años	8,4
Tengo más de un o una <i>beta</i> fijos	5,2
No publico si mi <i>fanfic</i> no está <i>veteado</i>	5,5
Publico si mi <i>fanfic</i> no está <i>beteado</i> , pero prefiero no hacerlo	11,7
No me gusta que me corrijan, nadie comprende mis ideas tan bien como yo	3,6
Me gusta que me den un buen repaso a la ortografía	21,2
Me gusta que me comenten cualquier detalle mejorable.	39,4
NC	1,3

Fuente: elaboración propia.

Como en otras preguntas, se podían marcar varias respuestas, ya que unas y otras no son excluyentes. Empezamos por un dato bastante revelador: casi un 29 % de los escritores de *fanfic* no sabían lo que era un *beta* o *beta-reader*. Desconocimiento que, por otro lado, no es sinónimo de que no tuvieran uno, solo que podían desconocer la nomenclatura «oficial», aunque lo cierto es que casi un 45 % asegura no tenerlo. La lectura contraria podría ser, entonces, que un 55 % de los escritores de *fanfic* encuestados sí que tiene o ha tenido *beta*. Pero, por las respuestas posteriores, no nos queda del todo claro que eso pudiera ser cierto, ya que no llegan a un 10 %, por ejemplo, los que afirman que tienen un o una *beta* fija desde hace muchos años.

Como ya hemos comentado, casi un 29 % de los escritores de *fanfic* no sabían lo que era un *beta* o *beta-reader*, pero más revelador nos parece que este desconocimiento llegue a casi un 60 % en caso de los escritores masculinos. Un desconocimiento mayoritario de una figura importante y más en comparación con que solo un cuarto de sus compañeras femeninas desconocen esa figura. Curiosamente y al contrario, también hay más mujeres que no tienen *beta* (cerca de la mitad), en contraposición de más o menos un 40 % de los escritores masculinos encuestados.

Tabla 52. Afirmaciones que más representan al escritor de *fanfiction* con respecto al *beta-reader* según género

Opciones que más te representen	Mujeres	Hombres
No sabía lo que era un o una <i>beta</i> , me acabo de enterar	24,0	59,2
No tengo <i>beta</i>	45,2	39,8
Cambio de <i>beta</i> dependiendo del <i>fandom</i> o de las circunstancias	9,9	4,9
Quiero un o una <i>beta</i> fija, pero no lo consigo	7,4	3,9
Tengo un o una <i>beta</i> fija desde hace muchos años	9,0	4,9
Tengo más de un o una <i>beta</i> fijos	5,6	2,9
No publico si mi <i>fanfic</i> no está <i>veteado</i>	6,0	1,9
Publico si mi <i>fanfic</i> no está <i>beteado</i> , pero prefiero no hacerlo	13,3	1,9
No me gusta que me corrijan, nadie comprende mis ideas tan bien como yo	4,0	1,0
Me gusta que me den un buen repaso a la ortografía	23,1	9,7
Me gusta que me comenten cualquier detalle mejorable.	42,6	19,4
NC	1,2	1,9

Fuente: elaboración propia.

Como el número de escritores masculinos es bastante pequeño, no analizaremos mucho más, porque la muestra es demasiado pequeña como para ser representativa.

Volviendo a las escritoras mujeres, podemos decir que más de la mitad de ellas tiene *beta* para sus relatos, si aceptamos como contrapartida que el 45 % no tiene. Casi un 43 % de ellas desean que les comenten cualquier detalle mejorable de sus escritos y un 23 % piden a sus *betas* un buen repaso ortográfico, pero solo un 13 % no publica su *fic* si no está *beteado*. Con respecto a la relación que las une con su *beta* o *betas*, el 9 % tiene una *beta* fija desde hace años, menos de un 8 % la querría tener, pero no la consigue y un 10 % cambian de *beta* al cambiar de *fandom*.

D. LAS ACTIVIDADES REALIZADAS POR LOS ESCRITORES DE FANFICTION

Lo primero que parece quedar patente es que los escritores de *fanfic*, como creadores de contenidos, ya están más dispuestos a crear otro tipo de contenidos y a participar más activamente en todo lo relacionado con el *fandom*. Todas las actividades ganan en porcentajes a la hora de ser realizadas por escritores menos la de «Navegar en las páginas oficiales», que no llega a perder ni un punto.

Tabla 53. Actividades que más realizan los escritores de *fanfic* en comparación con los fans en general

Actividades	Escritores	Fans en general
Comentar en Twitter u otras redes sociales	82,6	71,4
Buscar y disfrutar del <i>fanart</i>	82,3	61,8
Leer <i>fanfiction</i>	82,2	48,1
Consumir <i>merchandising</i>	78,4	70,0
Leer <i>recaps</i> , <i>review</i> o resúmenes	69,2	61,9
Usar <i>fansub</i>	67,8	63,3
Buscar y disfrutar de los vídeos hechos por los fans	59,7	43,3
Navegar en las páginas oficiales	59,7	60,2
Ir a expos y convenciones oficiales	44,9	31,7
Jugar a rol (<i>online</i> u <i>offline</i>)	42,9	31,0
Ser <i>beta-reader</i>	38,7	16,7
Buscar <i>spoilers</i>	38,7	29,6
Comentar en grupos de WhatsApp	38,2	27,9
Crear <i>fanart</i>	37,2	22,3
Ir a <i>kedadas</i> con otros fans	33,8	21,1
Crear webs, blogs o microblogging	33,0	19,5
Leer <i>scanlations</i> (cómic traducidos por fans)	32,1	18,9
Participar en visionados en grupo	31,2	22,0
Practicar <i>cosplay</i>	29,7	16,5
Moderar comunidades <i>online</i>	28,0	13,7
Leer <i>dōjinshi</i> (cómic japoneses dibujados por fans)	26,9	12,2
Tener y jugar con los juegos de mesa y videojuegos oficiales	26,5	24,4
Crear <i>recaps</i> , <i>review</i> o resúmenes, textuales, fotográficos, infográficos o en vídeo	23,7	13,9
Crear <i>vidding</i>	23,4	12,6
Consumir <i>fandub</i> (vídeos, películas o series de televisión dobladas por fans)	23,2	15,2
Leer <i>fanzines</i>	21,0	14,2
Escuchar música <i>filk</i> (canciones escritas por fans sobre el <i>fandom</i>)	15,4	7,2
Participar en lecturas en grupo	14,2	8,1
Ver <i>fanfilm</i>	13,6	7,9
Organizar <i>kedadas</i> con otros fans	12,4	6,3
Crear subtítulos	10,4	8,0
Crear juegos	8,8	4,3
Crear <i>fanzines</i>	5,9	3,7
Crear y mantener un canal de YouTube	5,5	3,8
Crear un podcast	4,1	3,1
Escribir y cantar música <i>filk</i> (canciones escritas por fans sobre el <i>fandom</i>)	3,5	1,3
Hacer <i>scanlations</i> (cómic traducidos por fans)	3,3	1,8
Hacer <i>fanfilm</i>	2,9	1,3
Hacer <i>fandub</i> (vídeos, películas o series de televisión dobladas por fans)	2,1	1,2
Hacer <i>dōjinshi</i> (cómic japoneses dibujados por fans)	1,1	0,4

Fuente: elaboración propia.

Aun así, la lista de actividades favoritas no varía mucho entre fans escritores y fans en general. Menos por cosas obvias. Como era de suponer, leer *fanfiction* sube en este listado y se coloca en tercer lugar, con un 34 % más de lectores. Y también sube más de un 20 % la actividad de ser *beta*. Y es que escribir, *betear* y leer *fanfiction* son actividades muy relacionadas. Por otro lado, la actividad que más sube es la de estar interesado en el *fanart*.

En el primer puesto de las actividades favoritas del fan o del fan escritor se mantiene la de comentar a través de redes sociales. Y luego hay detalles interesantes en actividades muy minoritarias, ya que hacer *dōjinshi*, escribir música *filk* o crear juegos siguen siendo actividades minoritarias, pero sus aficionados se duplican en el caso de los escritores.

Con respecto a las otras actividades creadoras, el doble de mujeres escritoras de *fics* que de hombres crean *vidding*. En contrapartida, muchos más escritores crean juegos, *fanzines* y podcast. En el resto de las actividades, los tantos por cierto no están demasiado diferenciados.

En el resto de las actividades, casi un 40 % más de las escritoras que de los escritores lee *fanfic*, un 30 % más buscan *vidding* y casi un 15 % más lee *dōjinshi*. Por lo tanto, las escritoras leen, buscan y disfrutan en mayor grado de los productos que ellas también crean en mayor grado. Aunque no deja de ser raro, que un poco más de la mitad de hombres escritores, no lean los relatos de otros creadores.

Con casi un 15 % de diferencia las escritoras también son más *betas* y buscan *spoilers* a un nivel mayor que sus compañeros masculinos. En contrapartida, casi un 60 % de los escritores de *fanfiction* juega con los productos oficiales de su *fandom*, frente a un poco más de un quinto de las escritoras.

Para terminar con la sección de los escritores, vamos a hablar un poco más en profundidad en el siguiente capítulo, sobre las que ya hemos dicho que son las actividades más relacionadas con esta afición, las de ser *beta* y ser lector de *fanfiction*, con todo lo que aquello supone.

Tabla 54. Actividades que más realizan los escritores de *fanfic* según género

Actividades	Mujeres	Hombres
Comentar en Twitter u otras redes sociales	83,1	79,6
Buscar y disfrutar del <i>fanart</i>	83,1	76,7
Leer <i>fanfiction</i>	87,3	49,5
Consumir <i>merchandising</i>	78,8	76,7
Leer <i>recaps</i> , <i>review</i> o resúmenes	70,1	63,1
Usar <i>fansub</i>	66,9	73,8
Buscar y disfrutar de los vídeos hechos por los fans	63,3	36,9
Navegar en las páginas oficiales	59,1	63,1
Ir a expos y convenciones oficiales	43,5	52,4
Jugar a rol (<i>online</i> u <i>offline</i>)	40,6	57,3
Ser <i>beta reader</i>	40,9	26,2
Buscar <i>spoilers</i>	40,7	26,2
Comentar en grupos de WhatsApp	39,9	28,2
Crear <i>fanart</i>	38,2	30,1
Ir a <i>kedadas</i> con otros fans	34,4	31,1
Crear webs, blogs o microblogging	33,0	34,0
Leer <i>scanlations</i> (cómic traducidos por fans)	31,4	35,0
Participar en visionados en grupo	32,0	26,2
Practicar <i>cosplay</i>	30,8	23,3
Moderar comunidades <i>online</i>	27,2	33,0
Leer <i>dōjinshi</i> (cómic japoneses dibujados por fans)	28,5	15,5
Tener y jugar con los juegos de mesa y videojuegos oficiales	21,7	57,3
Crear <i>recaps</i> , <i>review</i> o resúmenes, textuales, fotográficos, infográficos o en vídeo	23,7	24,3
Crear <i>vidding</i>	25,1	12,6
Consumir <i>fandub</i> (vídeos, películas o series de televisión dobladas por fans)	23,1	22,3
Leer <i>fanzines</i>	20,0	28,2
Escuchar música <i>filk</i> (canciones escritas por fans sobre el <i>fandom</i>)	15,5	14,6
Participar en lecturas en grupo	14,1	15,5
Ver <i>fanfilm</i>	13,3	15,5
Organizar <i>kedadas</i> con otros fans	12,5	11,7
Crear subtítulos	10,7	8,7
Crear juegos	7,4	17,5
Crear <i>fanzines</i>	4,5	14,6
Crear y mantener un canal de YouTube	4,8	8,7
Crear un podcast	2,9	11,7
Escribir y cantar música <i>filk</i> (canciones escritas por fans sobre el <i>fandom</i>)	3,6	2,9
Hacer <i>scanlations</i> (cómic traducidos por fans)	2,9	5,8
Hacer <i>fanfilm</i>	2,9	2,9
Hacer <i>fandub</i> (vídeos, películas o series de televisión dobladas por fans)	1,7	3,9
Hacer <i>dōjinshi</i> (cómic japoneses dibujados por fans)	1,2	0,0

Fuente: elaboración propia.

LOS ESCRITORES DE FANFICTION BETAS

Nos parece importante remarcar cuántos escritores son *betas* al mismo tiempo que escritores, desarrollando los dos roles, así que, aunque ya hemos tratado estos datos en la tabla anterior, los vamos a desarrollar un poco más.

Como ya comentamos, casi un 41 % de las mujeres escritoras también son o han sido *betas*, el cual es un número bastante alto frente a un 26 % de los hombres. En ambos casos, un tanto por ciento mucho mayor que el de los fans en general, que en ningún caso superaban el 21 % de *betas*. Cosa normal, ya que, por afinidad o empatía, un escritor puede desear querer ayudar a otro, o devolver la ayuda recibida.

Tabla 55. Las opciones que más representan a los escritores-*beta* como *betas*

Opciones que más te representan	Escritores <i>-beta</i>
Estudio o he estudiado algo relacionado con la edición y corrección de textos	19,6
Siempre <i>beteo</i> a las mismas personas	34,7
Me ofrezco como <i>beta</i> en páginas como Fanfiction.net o en otras páginas donde hagan este tipo de listados	7,9
No es algo que haga normalmente, pero si alguien me pide que les <i>betee</i> lo hago	70,1
Cuando veo que alguien conocido se está planteando escribir <i>fanfic</i> me ofrezco como <i>beta</i> , para fomentar que haya más escritores de <i>fanfic</i>	27,5
Suelo corregir ortografía	73,5
Suelo ayudar con las tramas	52,6
Suelo ayudar con la consistencia de la historia	57,7

Fuente: elaboración propia.

Los escritores que también actúan como *betas* no lo hacen de manera habitual, un 70 % solo lo hace si alguien se lo pide. Por otro lado, un 73,5 % corrige la ortografía, casi un 60 % ayuda a que la historia tenga consistencia y más de la mitad de ellos ayudan con las tramas.

Si nos centramos en las diferencias por sexo, no son demasiadas, pero sí que nos dan datos interesantes. Por ejemplo, un 10 % más de las *betas* femeninas se ofrecen a *betear*, frente a los *betas* masculinos, cuando alguien conocido está pensando en comenzar a escribir. Uniendo este dato a que ellas betean más siempre a las mismas personas y que ellos lo hacen más si alguien se lo pide. Por lo demás, ellas suelen corregir ortografía un 15 % más que ellos y suelen ayudar en las tramas un 8 % más.

Tabla 56. Las opciones que más representan a los escritores-*betas* como *betas* según género

Opciones que más te representan	Mujeres	Hombres
Estudio o he estudiado algo relacionado con la edición y corrección de textos	19,9	14,8
Siempre <i>beteo</i> a las mismas personas	34,8	29,6
Me ofrezco como <i>beta</i> en páginas como Fanfiction.net o en otras páginas donde hagan este tipo de listados	7,9	7,4
No es algo que haga normalmente, pero si alguien me pide que les <i>beteo</i> lo hago	68,5	77,8
Cuando veo que alguien conocido se está planteando escribir <i>fanfic</i> me ofrezco como <i>beta</i> , para fomentar que haya más escritores de <i>fanfic</i>	28,5	14,8
Suelo corregir ortografía	74,2	59,3
Suelo ayudar con las tramas	52,8	44,4
Suelo ayudar con la consistencia de la historia	56,9	59,3

Fuente: elaboración propia.

LOS ESCRITORES DE FANFICTION COMO LECTORES DE FANFICTION

A continuación vamos a trasladar la atención de los escritores *betas*, a los escritores lectores, pero antes de entrar en ello, recordar los números totales: 615 escritores lectores; 564 mujeres, 51 hombres.

Tabla 57. Actitudes de los escritores - lectores de *fanfic*, sobre la actividad de leerlos

Opciones que más te representen	Escritores-lectores
Leo principalmente <i>fanfics</i> en castellano	39,7
Leo <i>fanfics</i> en castellano porque no los encuentro en inglés	1,5
Leo principalmente <i>fanfics</i> en inglés	31,8
Leo <i>fanfics</i> en inglés porque no los encuentro en castellano	19,0
Leo indistintamente <i>fanfic</i> en castellano o en inglés	37,1
Me gusta más leer en inglés, creo que los <i>fanfics</i> son mejores	25,3
Leo principalmente <i>fanfics</i> en otro idioma (ni inglés, ni castellano)	0,8
Leo <i>fanfic</i> en otro idioma con traductores automáticos	6,2
Empecé a leer <i>fanfics</i> en otros idiomas para practicar otro idioma	23,8
Desde que leo <i>fanfics</i> en otro idioma al mío mi capacidad lectora en ese idioma ha mejorado mucho, ya apenas necesito consultar diccionario o traductores	42,1
Tengo autores favoritos	55,8
Una de mis aficiones favoritas siempre ha sido leer	80,4
Leo más desde que leo <i>fanfic</i>	26,4
Un <i>fanfic</i> es la primera historia que leí sin obligación	5,0
Desde que leo <i>fanfics</i> leo menos ficción original	20,7
Si el <i>fanfic</i> no cumple unos mínimos de estructura y gramática, no lo sigo leyendo después de unos párrafos	69,9
Leo <i>fanfics</i> prácticamente a diario	31,9
Leo <i>fanfics</i> más o menos una vez a la semana,	18,6
Leo <i>fanfics</i> una vez al mes o menos	16,0
En cuanto me aficiono a un nuevo producto busco <i>fanfic</i> sobre él	46,8

Fuente: elaboración propia.

Como ya comentamos, no todo aquel que escribe *fanfic* también los lee. Un 82,2 % de los escritores de *fanfic* dice leerlos, un porcentaje muy alto, pero creemos que no tan alto como sería lo normal que fuera. Y las diferencias son mucho más prominentes cuando lo cruzamos por género. Un 87,3 % de las escritoras de *fanfic* los leen, pero ni la mitad de los hombres escritores lo hacen.

Lo más significativo es que más del 80 % de los encuestados en esta sección ya se consideraban grandes aficionados a la lectura antes de empezar a leer *fics*, seguido por un 70 % que no lee *fics* que no cumplan unos mínimos de estructura y gramática. Más de la mitad de los escritores lectores de *fics* tienen autores favoritos y unos pocos menos reconocen que, en cuanto se aficianan a un nuevo *fandom*, buscan *fanfic* sobre él. Y, aunque un 40 % lee principalmente *fic* en castellano, más de ese mismo 40 % dice que, desde que leen *fic* en otro idioma, su comprensión lectora en ese idioma ha mejorado bastante.

Tabla 58. Actitudes de los escritores de *fanfiction*, que también leen *fanfiction*, sobre la actividad de leerlos, según género

Opciones que más te representen	Mujeres	Hombres
Leo principalmente <i>fanfics</i> en castellano	38,3	54,9
Leo <i>fanfics</i> en castellano porque no los encuentro en inglés	1,4	2,0
Leo principalmente <i>fanfics</i> en inglés	32,8	19,6
Leo <i>fanfics</i> en inglés porque no los encuentro en castellano	19,5	11,8
Leo indistintamente <i>fanfic</i> en castellano o en inglés,	37,8	31,4
Me gusta más leer en inglés, creo que los <i>fanfics</i> son mejores,	27,0	7,8
Leo principalmente <i>fanfics</i> en otro idioma (ni inglés, ni castellano)	0,7	2,0
Leo <i>fanfic</i> en otro idioma con traductores automáticos	6,4	3,9
Empecé a leer <i>fanfics</i> en otros idiomas para practicar otro idioma,	24,6	15,7
Desde que leo <i>fanfics</i> en otro idioma al mío mi capacidad lectora en ese idioma ha mejorado mucho, ya apenas necesito consultar diccionario o traductores	44,7	13,7
Tengo autores favoritos	58,5	25,5
Una de mis aficiones favoritas siempre ha sido leer	82,6	54,9
Leo más desde que leo <i>fanfic</i> ,	27,5	15,7
Un <i>fanfic</i> es la primera historia que leí sin obligación	5,1	3,9
Desde que leo <i>fanfics</i> leo menos ficción original	21,8	7,8
Si el <i>fanfic</i> no cumple unos mínimos de estructura y gramática, no lo sigo leyendo después de unos párrafos	73,4	29,4
Leo <i>fanfics</i> prácticamente a diario	33,3	15,7
Leo <i>fanfics</i> más o menos una vez a la semana,	19,9	3,9
Leo <i>fanfics</i> una vez al mes o menos	16,1	15,7
En cuanto me aficiono a un nuevo producto busco <i>fanfic</i> sobre él	48,9	23,5

Fuente: elaboración propia.

En el cruce por género, la diferenciación es importante en bastantes apartados. La diferencia más destacable la encontramos en el ítem «Si el *fanfic* no cumple unos mínimos de estructura y gramática, no lo sigo leyendo después de unos párrafos». Casi $\frac{3}{4}$ de las mujeres están de acuerdo con esta afirmación, cuando no llega ni a $\frac{1}{3}$ parte de los hombres escritores lectores. El segundo ítem con más diferencia es el de «Tengo autores favoritos». Casi un 60 % de las escritoras lectoras tienen autores favoritos a los que siguen, frente a $\frac{1}{4}$ de los hombres. Y el tercer ítem menos igualitario es «Desde que leo *fanfics* en otro idioma al mío mi capacidad lectora en ese idioma ha mejorado mucho, ya apenas necesito consultar diccionario o traductores», el cual comparten casi un 45 % de las mujeres, pero no llega a un 14 % de los hombres. Este último caso nos parece muy lógico, porque hay muchas más escritoras lectoras que leen *fanfic* en inglés que hombres. De hecho, un 27 % de las escritoras lectoras dicen preferir leer *fanfic* en inglés porque los consideran mejores, frente a un 8 % de los hombres.

Tabla 59. Actitudes de los escritores de *fanfiction*, que también leen *fanfiction*, sobre el *feedback* con los autores

Opciones que más se ajusten a tu relación con el <i>feedback</i>	Escritores-lectores
No comento los <i>fanfic</i> en otros idiomas diferentes al mío porque tengo miedo de no expresarme correctamente	12,0
Comento o no comento los <i>fanfics</i> indistintamente del idioma en el que estén escritos	27,3
Comento todos los <i>fanfics</i> que me gustan	18,8
Comento un alto grado de los <i>fanfics</i> que me gustan	17,0
Intento dejar unos comentarios constructivos en cada <i>fanfics</i> que comento	23,0
Solo comento los <i>fanfics</i> de mis conocidos	4,9
No suelo dejar comentarios en ningún <i>fanfic</i>	27,0
Si algún <i>fanfics</i> no me gusta, le digo al escritor la razón	6,3
Aunque no comente, siempre intento dejar una felicitación, <i>kudo</i> , me gusta... a los <i>fanfic</i> que me han gustado	39,0

Fuente: elaboración propia.

Seguramente, una de las conclusiones más interesantes es que, aun siendo escritores y conociendo la importancia del *feedback* para el autor, un 27 % de ellos reconoce que no suele dejar comentarios en ningún *fanfic*. En contraposición, casi un 40 % dice que, aunque no comente, siempre intenta dejar una felicitación de algún tipo, según permita la aplicación o la web donde los han leído, y casi un 36 % dice comentar todos o un gran número de los *fanfic* que le gustan. Además, el 23 % intenta dejar comentarios constructivos en los *fics* que comenta y más del 27 % dice que, para ellos, el idioma en

el que esté escrito el *fanfic* –y, por lo tanto, en el que habrá que dejar el comentario– no es un impedimento a la hora de dejarle comentarios o no.

Tabla 60. Actitudes de los escritores de *fanfiction*, que también leen *fanfiction*, sobre el *feedback* con los autores, según género

Opciones que más se ajusten a tu relación con el <i>feedback</i>	Mujeres	Hombres
No comento los <i>fanfic</i> en otros idiomas diferentes al mío porque tengo miedo de no expresarme correctamente	15,2	7,8
Comento o no comento los <i>fanfics</i> indistintamente del idioma en el que estén escritos	33,7	29,4
Comento todos los <i>fanfics</i> que me gustan	23,0	21,6
Comento un alto grado de los <i>fanfics</i> que me gustan	21,6	9,8
Intento dejar unos comentarios constructivos en cada <i>fanfics</i> que comento	28,5	21,6
Solo comento los <i>fanfics</i> de mis conocidos	6,0	5,9
No suelo dejar comentarios en ningún <i>fanfic</i>	32,8	33,3
Si algún <i>fanfics</i> no me gusta, le digo al escritor la razón	7,4	9,8
Aunque no comente, siempre intento dejar una felicitación, kudo, me gusta... a los <i>fanfic</i> que me han gustado	50,2	15,7

Fuente: elaboración propia.

La diferencia más llamativa en este caso es la que corresponde al ítem «Aunque no comente, siempre intento dejar una felicitación, *kudo*, me gusta... a los *fanfic* que me han gustado», ya que es aceptada por la mitad de las mujeres escritoras lectoras, pero solo por un 16 % de los hombres escritores lectores, sin aumentar en ningún caso el grado en el que ellos comentan los *fanfic*. De hecho, la afirmación de «No suelo dejar comentarios en ningún *fanfic*» es muy similar entre hombres y mujeres, rondando un 33 %, al igual que el «Comento todos los *fanfics* que me gustan», que ronda el 22 %. Sin embargo, la diferencia se dispara también en el ítem «Comento un alto grado de los *fanfics* que me gustan», ya que en este apartado hay más de 1/5 parte de mujeres, frente a menos de 1/10 parte de los hombres. Por lo tanto, nos parece claro comentar que los hombres escritores lectores dejan menos comentarios y felicitaciones a los *fanfic* que les gustan.

3.5.2. LOS *BETA-READERS*

Como ya pudimos observar en la tabla 28, un 16,7 % de los fans encuestados son *beta-readers* o lo han sido, lo que en números llanos son 403 de los 2406 fans encuestados. Aunque es un porcentaje limitado, lo vamos a analizar un poco más porque su quehacer en el *fandom* nos parece importante desde el punto de vista de los conocimientos que se

desarrollan y se ofrecen al *fandom*, aparte de porque es una actividad que está muy relacionada o unida al mundo del *fanfiction*, que ocupa gran parte de esta investigación.

Si tenemos en cuenta el género, el tanto por ciento de mujeres *betas* es casi el doble que el de hombres, un 21 % de ellas (329) y un 9 % de ellos (74). Como ya hemos visto en apartados anteriores, parece ser que en todo lo concerniente a los *fanfic*, las mujeres se involucran más, aunque también da la sensación de que lo hacen más en general en el mundo fan.

A. DATOS DEMOGRÁFICOS DE LOS *BETA READERS*

Con respecto a la edad de los *betas*, no hay mucha diferencia con la de los fans en general, la edad más normal para los *betas* va de entre los 19 y 28 años. De hecho, la mitad de los *beta-readers* encuestados están en esa franja de edad. Este dato es curioso porque, por nuestro análisis anterior, daba la sensación de que esta figura estaba desapareciendo en el *fandom* actual. De todos modos, al haber un tanto por ciento mayor de fans en esas franjas de edad es normal que esas franjas de edad tengan un buen número de representantes en todas las actividades.

Tabla 61. Edad de los *betas* en comparación con los fans en general

Edad	<i>Betas</i>	Fans en general
13 años o menos	0,5	0,7
De 14 años a 18 años	13,6	12,5
De 19 años a 23 años	26,8	26,2
De 24 años a 28 años	23,6	20,6
De 29 años a 33 años	16,4	15,8
De 34 años a 43 años	15,4	18,8
De 44 años a 53 años	3,0	3,7
Más de 54 años	0,5	0,7
NC	0,2	0,9
N	100,0	100,0

Fuente: elaboración propia.

A la hora de entrar en la disyuntiva de los géneros, también sigue la tónica general ya observada con anterioridad y la edad de los *betas* es más alta en el caso de los hombres. Casi un 30 % de ellos se encuentran en la franja de edad entre 34 y 43 años, frente a un 12 % de féminas. Al contrario, más de la mitad de las mujeres *beta-readers* tienen entre 19 y 28 años, frente a un tercio de los hombres que están en esa misma franja de edad.

Tabla 62. Edad de los *betas* según género

Edad	Mujeres	Hombres
13 años o menos	0,6	0,0
De 14 años a 18 años	14,3	10,8
De 19 años a 23 años	28,6	18,9
De 24 años a 28 años	25,2	16,2
De 29 años a 33 años	16,7	14,9
De 34 años a 43 años	12,2	29,7
De 44 años a 53 años	1,8	8,1
Más de 54 años	0,3	1,4
NC	0,3	0,0
N	100,0	100,0

Fuente: elaboración propia.

Con respecto a la nacionalidad de los *betas* hispanohablantes, tampoco varía en exceso en comparación con la de los fans en general. El porcentaje mayor de *betas*, con una gran diferencia de representantes, es el español. Algo más de un 70 % de los *betas* encuestados son españoles, seguidos por un 9 % de mexicanos, un 8 % de argentinos y un 4 % de chilenos. La diferencia es que mientras el tanto por ciento, en comparación con los fans en general, disminuye para España, aumenta para la mayoría del resto de los países hispanohablantes.

Tabla 63. Nacionalidad de los *betas* en comparación con los fans en general

Nacionalidad	<i>Betas</i>	Fans en general
España	70,2	81,3
México	8,7	5,7
Argentina	8,2	4,3
Chile	3,7	1,8
Venezuela	2,2	1,6
Costa Rica	1,7	0,4
Colombia	1,2	1,8
Perú	1,2	0,7
Uruguay	1,2	0,7
Resto de países hispanohablantes	0,6	1,3
Otros países no hispanohablantes	0,5	0,3
NC	0,2	0,1
N	100,0	100,0

Fuente: elaboración propia.

Lo que nos dice que, en comparación con el número de fans de cada país, hay un tanto por ciento mayor de *betas* en México, Argentina, Chile o Costa Rica. Para que se entienda mejor, de 10 representantes en total de fans que son de Costa Rica, 7 son *betas*,

lo cual es un porcentaje altísimo. Aunque en estos países no hay muchos fans representados en la encuesta, sí hay muchos *betas* en comparación. Parece que la implicación de los fans hispanoamericanos en el *fandom* es mayor.

A la hora de comparar por género, otra cosa destacable es que en el número de *betas* hombres, el 82 % son españoles, mientras los demás son del resto de los países hispanohablantes. Mientras, en el caso de las mujeres, solo un 68 % de las *betas* son españolas, lo que no deja de ser un número grande y diferencial con el resto de los países. Por lo tanto, estamos ante la perspectiva de que hay más *betas* mujeres hispanohablantes que hombres en el resto de los países hispanohablantes o no hispanohablantes.

Tabla 64. Nacionalidad de los *betas* según género

Nacionalidad	Mujeres	Hombres
España	67,5	82,4
México	9,7	4,1
Argentina	8,8	5,4
Chile	4,0	2,7
Venezuela	2,7	0,0
Costa Rica	1,5	2,7
Colombia	0,9	2,7
Perú	1,5	0,0
Uruguay	1,5	0,0
Resto de países hispanohablantes	0,9	0,0
Otros países no hispanohablantes	0,6	0,0
NC	0,3	0,0
N	100,0	100,0

Fuente: elaboración propia.

Aparte de en España, solo hay *betas* hombres en México, Argentina, Chile, Costa Rica y Colombia, y justamente en estos dos últimos en un porcentaje mayor que en el de *betas* femeninas.

Tabla 65. Últimos estudios finalizados de los *betas* en comparación con los fans en general

Estudios finalizados	<i>Betas</i>	Fans en general
Educación primaria	2,2	2,3
Educación secundaria	14,1	14,1
Educación preuniversitaria	21,8	22,9
Formación profesional	12,2	13,1
Educación universitaria	33,0	31,1
Postgrados, doctorados, masters	16,4	16,4
NC	0,2	0,1
N	100,0	100,0

Fuente: elaboración propia.

Con respecto a los últimos estudios cursados por los *betas* encuestados, poco que destacar. Como se puede observar, la mitad de los *betas* encuestados tienen estudios superiores universitarios, dos puntos por encima de los fans en general pero, por lo demás, los últimos estudios finalizados por los *betas* nos dan unos datos muy similares a los del resto de los fans.

Por otro lado, cuando se trata de la formación, las diferencias entre hombres y mujeres *betas* también son casi insignificantes. Más o menos un 3 % más de las mujeres tiene estudios superiores frente a los hombres y, en contra, más o menos un 3 % más de los hombres tienen estudios de formación profesional como última titulación. El resto de las sutiles diferencias es de un 1 % o menos.

Con respecto a aquello que están haciendo los *betas* encuestados en este momento en su vida real, no hay mucha sorpresa. Más de un tercio están estudiando, frente a un 26,1 % que está trabajando y casi un 11 % que está estudiando y trabajando al mismo tiempo. Si lo comparamos con los fans en general, hay un 7 % más de ellos estudiando y un 5 %, trabajando. Sin embargo, hay un 6 % menos que hace ambas cosas a la vez. El resto de las opciones son muy poco significativas.

Tabla 66. Ocupación de los *betas* en comparación con los fans en general

¿Qué haces en la actualidad?	<i>Betas</i>	Fans en general
Estoy trabajando	26,1	31,5
Estoy buscando trabajo	9,4	8,6
Estoy intentado montar mi propio negocio	0,7	1,2
Estoy a cargo de la casa, los hijos o personas enfermas	1,2	1,1
Estoy jubilado	0,0	0,3
Estoy cursando estudios inmediatamente superiores a mi última titulación	21,6	24,3
Estoy estudiando idiomas	2,2	2,5
Estoy estudiando algo relacionado con la informática: programación, diseño gráfico, creación de páginas web	0,7	1,9
Estoy estudiando (otra opción no nombrada en la encuesta) o estoy estudiando una mezcla de lo nombrado en la encuesta	9,9	12,7
Estoy buscando trabajo. Estoy estudiando	5,7	4,5
Estoy trabajando, Estoy estudiando	10,9	4,8
Otras opciones y diversas combinaciones	11,4	6,3
NC	0,0	0,4
N	100,0	100,0

Fuente: elaboración propia.

Si nos ponemos a analizar la ocupación actual de los *betas* según género, vemos una clara diferencia en un primer vistazo: un 37,4 % de las *beta* mujeres está estudiando frente a un 21,6 % de los hombres, y un 35,1 % de los *beta* hombres está trabajando frente al 24 % de las mujeres. Este dato tan diferenciado, como ya comentamos en apartados anteriores, puede estar directamente relacionado con el hecho de que la edad media de las *betas* mujeres es menor y está más unida a la edad de estudiar que la de los hombres. Las *betas* mujeres menores de 23 años son un 43,5 % de las encuestadas, mientras que los *betas* hombres menores de 23 años no alcanzan ni el 30 %.

Tabla 67. Ocupación de los *betas* según género

¿Qué haces en la actualidad?	Mujeres	Hombres
Estoy trabajando	24,0	35,1
Estoy buscando trabajo	9,4	9,5
Estoy intentado montar mi propio negocio	0,6	1,4
Estoy a cargo de la casa, los hijos o personas enfermas	1,5	0,0
Estoy jubilado	0,0	0,0
Estoy cursando estudios inmediatamente superiores a mi última titulación	22,8	16,2
Estoy estudiando idiomas	2,1	2,7
Estoy estudiando algo relacionado con la informática: programación, diseño gráfico, creación de páginas web	0,9	0,0
Estoy estudiando (otra opción no nombrada en la encuesta) o estoy estudiando una mezcla de lo nombrado en la encuesta	11,6	2,7
Estoy buscando trabajo. Estoy estudiando	6,4	2,7
Estoy trabajando, Estoy estudiando	10,0	14,9
Otras opciones y diversas combinaciones	10,6	14,9
N	100,0	100,0

Fuente: elaboración propia.

Una vez que ya sabemos un poco más quiénes son y dónde están los *betas* entrevistados, nos vamos a adentrar en su vida como fan. Iniciaremos con cuántos años llevan siendo fans.

Tabla 68. Los años que los *betas* llevan siendo fans en comparación con la de los fans en general

En total ¿cuántos años llevas formando parte del mundo de los fans?	Betas	Fans en general
5 años o menos	9,2	11,9
De 6 a 10 años	31,3	30,5
De 11 a 15 años	27,0	21,5
De 16 a 20 años	16,6	16,2
21 años o más.	10,2	12,8
Otras respuestas	4,2	4,5
NC	1,5	2,6
N	100,0	100,0

Fuente: elaboración propia.

Casi un 60 % de los *betas* encuestados llevan siendo fans entre seis y quince años, por lo que parece que hubo un buen movimiento fan desde comienzos de siglo hasta hace unos cinco años. El comienzo de este aumento de *betas*, puede estar relacionado, como ya comentamos, con la llegada masiva de Internet en los hogares. El descenso en los últimos años, también puede tener como explicación que la gente que acaba de entrar en el *fandom*, aún está «tanteando» su nueva afición y, de igual manera, todavía no se ha podido implicar demasiado en ella. La diferencia entre los años que llevan siendo fans los fans en general y los *betas* en particular es mínima y prácticamente anecdótica.

Tabla 69. Los años que los *betas* llevan siendo fans según género

En total ¿cuántos años llevas formando parte del mundo de los fans?	Mujeres	Hombres
5 años o menos	10,3	4,1
De 6 a 10 años	33,1	23,0
De 11 a 15 años	28,6	20,3
De 16 a 20 años	16,1	18,9
21 años o más	6,0	28,4
Otras respuestas	4,3	4,1
NC	1,5	1,4
N	100,0	100,0

Fuente: elaboración propia.

Lo que no es anecdótico, es la diferencia de años en el *fandom* entre *betas* hombres y mujeres. Mientras el mayor número de mujeres, un tercio de las entrevistadas, llevan siendo fans de 6 a 10 años, más del 28 % de los *betas* hombres encuestados llevan siendo fan 21 años o más. Como con otras actividades fans o con los fans en general, los datos siguen corroborando que los hombres llevan más tiempo formando parte del *fandom*. Aunque también puede tener una doble lectura: una gran cantidad de mujeres, mucho mayor que la de hombres, ha entrado en los últimos 20 años en el *fandom*.

B. PRODUCTOS CULTURALES MÁS SEGUIDOS POR LOS BETAS

Como en los casos anteriores, los *betas* se hacen fans principalmente a través de las series de televisión (en este caso, en un 42,4 % de los casos), seguidos de un 28,3 % que lo hacen a través de los libros, casi un 8 % que lo hace a través de los videojuegos y casi un 7 % que lo hace a través de los cómics. Aunque se sigue manteniendo como opción con más seguidores la de entrar en el mundo fans a través de las series de televisión, lo cierto es que los productos culturales a través de los que se hacen fan los *betas* y los fans en general tienen una clara diferencia.

Tabla 70. Principalmente a través de qué producto cultural se hacen fans los *betas* encuestados en comparación con los fans en general

Producto cultural a través del cual te haces fan	<i>Betas</i>	Fans en general
Series de televisión	42,4	48,3
Libros	28,3	21,7
Películas	3,2	11,3
Cómics	6,7	6,6
Video Juegos	7,7	6,0
Otros	4,4	2,2
Varios	3,7	1,9
Todas	3,2	1,9
NC	0,2	0,1
N	100,0	100,0

Fuente: elaboración propia.

Las películas pierden un 8 % de interés frente a los fans en general y, de ser el tercer producto audiovisual que más interés creaba, pasa al quinto, o al sexto... ya que incluso el ítem «Varios», que aglutina aquellas respuestas en las que los fans escribieron varias opciones, lo adelanta en el listado. No podemos explicar este descenso de interés hacia el séptimo arte. Parece normal el ascenso de aquellos que valoran los libros (de un 22 % a un 28 %), ya que se sobreentiende que alguien a quien le gusta ejercer de *beta* lo más probable es que sea un aficionado a la literatura, pero que, principalmente, la pérdida la haya sufrido el cine... Ciertamente es que el interés por las series también desciende en un 6 %, pero al ser una opción con muchos seguidores, este porcentaje menor no se nota tanto, ya que sigue siendo la primera opción para entrar en el *fandom*.

Tabla 71. Principalmente a través de qué producto cultural se hacen fans los *betas* encuestados según género

Producto cultural a través del cual te haces fan	Mujeres	Hombres
Series de televisión	48,0	17,6
Libros	28,9	25,7
Películas	2,7	5,4
Cómics	3,6	20,3
Video Juegos	4,6	21,6
Otros	4,5	4,1
Varios	4,3	1,4
Todas	3,3	2,7
NC	0,0	1,4
N	100,0	100,0

Fuente: elaboración propia.

A la hora de hacer la comparativa entre géneros, lo que nos queda muy claro es que los hombres *beta* están repartidos de forma equitativa entre los productos culturales a través de los que se hacen fans (se obtuvieron tantos por cientos similares en todas las opciones, menos en la de películas, que sufre un bajón considerable). Por su lado, las mujeres, en casi la mitad de las opciones, se hacen fans a través de las series de televisión y, casi en un 30 %, gracias a los libros, lo que deja los videojuegos, los cómics y los libros en unas muy alejadas tercera, cuarta y quinta opción. Volviendo a los hombres *beta*, un cuarto de ellos se hace fan principalmente a través de los libros, lo que no deja de ser sumamente lógico, siguiendo con algo más de una quinta parte de los encuestados que lo hacen a través de los videojuegos y de otra quinta parte que lo hace a través de los cómics. Su cuarta opción son las series de televisión.

C. EL FANDOM Y LOS BETAS

Casi un 90 de los *betas*, un 87,6 % específicamente, se considera o se ha considerado parte de un *fandom*. Un número elevado y muy superior al de fans en general, pero no al de escritores de *fanfic*. El trabajo de *beta* es muy específico y los *betas* suelen ser una especie de editores especializados en un *fandom* o *fandoms* determinados y, por lo tanto, es normal que se sientan parte de una comunidad o conozcan el término específico. Sin embargo, también es posible que lo sean (*betas*) porque tienen un interés o formación adecuadas, lo que daría explicación a ese 10 % que no se identifican como parte del colectivo y que no deja de ser un tanto por ciento muy elevado.

Pero, como pasaba en los apartados anteriores, son muchas más las mujeres, en este caso *betas*, que se consideran parte del *fandom* que hombres. Casi un 30 % más de mujeres *betas* que de hombres. Lo que se alinea con la tónica general de que las mujeres se sienten más miembros de las comunidades de fans, que los hombres. Un 93,3 % de ellas se consideran parte de una comunidad fan, frente a un 62,2 % de *betas* hombres.

Tabla 72. Los *betas* que formaban parte de un *fandom* antes de conocerlo en Internet en comparación con los fans en general

¿Formabas parte de un <i>fandom</i> antes de conocerlo a través de Internet?	<i>Betas</i>	Fans en general
Sí	56,7	49,9
No	43,1	49,7
NC	0,3	0,3
Total	100,0	100,0

Fuente: elaboración propia.

Recordamos que, a la hora de analizar esta pregunta, había que tener en cuenta que solo podía ser contestada por aquellos que, aparte de ser *betas*, habían contestado con un sí a la pregunta « ¿Te consideras o te has considerado en algún momento parte de algún *fandom* (comunidad de fan)?». Como se puede ver en la tabla, casi un 60 % de estos *betas* formaban parte del *fandom* antes de conocerlo en Internet, lo que es un número bastante alto y casi 7 puntos por encima del de fans en general. Por otro lado, la diferencia entre hombres *betas* y mujeres *betas* es tan mínima en este caso (menos de dos puntos por encima para las mujeres fans que formaban parte del *fandom* antes de conocerlo en Internet) que poco podemos decir.

Ahora vamos a conocer un poco más respecto a quiénes son estos *betas* en referencia a su labor de *beta*.

Tabla 73. Las opciones que más representan a los *betas*

Opciones que más te representen como <i>beta</i>	Betas
Estudio o he estudiado algo relacionado con la edición y corrección de textos	18,6
Siempre <i>beteo</i> a las mismas personas	29,3
Me ofrezco como <i>beta</i> en páginas como Fanfiction.net o en otras páginas donde hagan este tipo de listados	6,5
No es algo que haga normalmente, pero si alguien me pide que les <i>betee</i> lo hago	69,2
Cuando veo que alguien conocido se está planteando escribir <i>fanfic</i> me ofrezco como <i>beta</i> , para fomentar que haya más escritores de <i>fanfic</i>	25,1
Suelo corregir ortografía	66,3
Suelo ayudar con las tramas	46,2
Suelo ayudar con la consistencia de la historia	50,4

Fuente: elaboración propia.

Casi el 70 % de los *betas* lo son eventualmente si alguien se los pide, mientras que cerca de un 30 % lo es de manera continua y siempre de las mismas personas. Por otro lado, un cuarto se ofrecen a *betear* a sus conocidos cuando estos están pensando en comenzar a escribir. Desde el punto de vista de su formación, casi 1/5 parte de ellos estudia algo relacionado con la corrección de textos. Y con respecto a las tareas que realizan, la mayor parte de ellos, 2/3, suele corregir ortografía, más de la mitad ayudan a la consistencia de la historia y unos cuantos menos con las tramas.

Mientras que la formación de los *betas*, tanto hombres como mujeres, en temas de edición y corrección de textos es parecida, apenas un 6 % más de las mujeres *betas* estudia o ha estudiado algo relacionado con la corrección de textos, las grandes diferencias vienen en otros apartados.

Tabla 74. Las opciones que más representan a los *betas*, según género

Opciones que más te representen como <i>beta</i>	Mujeres	Hombres
Estudio o he estudiado algo relacionado con la edición y corrección de textos	19,8	13,5
Siempre <i>beteo</i> a las mismas personas	32,8	13,5
Me ofrezco como <i>beta</i> en páginas como Fanfiction.net o en otras páginas donde hagan este tipo de listados	6,7	5,4
No es algo que haga normalmente, pero si alguien me pide que les <i>betee</i> lo hago	69,3	68,9
Cuando veo que alguien conocido se está planteando escribir <i>fanfic</i> me ofrezco como <i>beta</i> , para fomentar que haya más escritores de <i>fanfic</i>	27,7	13,5
Suelo corregir ortografía	71,7	41,9
Suelo ayudar con las tramas	51,1	24,3
Suelo ayudar con la consistencia de la historia	53,2	37,8

Fuente: elaboración propia.

Por ejemplo, las *betas* mujeres suelen tener en un porcentaje mucho mayor, casi un 20 %, escritores a los que *betean* normalmente. De la misma manera, el doble de ellas que de ellos se ofrecen para *betear* a los conocidos que empiezan a escribir.

Cuando hablamos de las correcciones que realizan, ellas ayudan el doble que ellos en la resolución de las tramas, un 30 % más en el tema de ortografía y en más de un 15 % con la consistencia de la historia. Los que nos deja con otra pregunta: ¿Qué hacen lo *betas* que ni ayudan a corregir la ortografía, ni ayudan con las tramas, ni con la consistencia de la historia? Sea como sea, con los datos que recibimos de esta pregunta, parece claro que las mujeres *betas* son más concienzudas y hacen una labor más extensa.

D. LAS ACTIVIDADES REALIZADAS POR LOS *BETAS*

En este caso vamos a tratar las actividades más relacionadas con el mundo de los *betas*, por lo tanto, las relacionadas con el *fanfiction*.

Tabla 75. *Betas* que escriben o leen *fanfiction*, en comparación con fans en general

Actividades de los <i>betas</i>	<i>Betas</i>	Fans en general
Escribir <i>fanfiction</i>	72,2	31,2
Leer <i>fanfiction</i>	81,4	48,1

Fuente: elaboración propia.

Como era de suponer, el número de *betas* que leen y escriben *fanfic*, como una de sus actividades en el *fandom*, es muy amplia. De hecho más de 4/5 leen *fanfic*, suponemos que por placer y no por su labor de *beta*, lo que curiosamente deja casi un 20 % que solo lee *fic* cuando los tiene que *betear*, lo cual incluso es mucho más reseñable. Y por otro

lado, un 72 % de los *betas* también escriben *fanfic*. Superan ampliamente tanto en lectura, como en escritura, los porcentajes de los fans en general.

Tabla 76. *Betas que escriben o leen fanfiction según género*

Actividades de los <i>betas</i>	Mujeres	Hombres
Escribir <i>fanfiction</i>	81,8	36,5
Leer <i>fanfiction</i>	87,8	52,7

Fuente: elaboración propia.

A la hora de analizar las diferencias entre géneros, los resultados son muy relevantes. Frente a casi un 82 % de *betas* mujeres que también escriben *fanfic* nos encontramos con menos de un 40 % de los hombres *betas* que también escriben, menos de la mitad. Y aunque ya sabíamos que la diferencia entre hombres y mujeres escritores de *fanfic* era más que considerable (tabla 29), de cerca de un 30 % a favor de las escritoras, pensábamos que la diferencia sería menor en el caso de los *betas*. Desde luego no mayor, como así ha resultado.

Y a la hora de leer, los resultados son aún más sorprendentes. La diferencia es parecida entre los sexos, pero no tanta. Aun así, nos deja el dato de que solo la mitad de los *betas* masculinos lee *fanfiction* (cuando no los *betea*, entendemos).

Antes de continuar, nos gustaría recordar nuestros fans totales para los siguientes apartados. En el caso de los *betas* escritores, 291 y en el caso de los *betas* lectores, 328.

LOS BETA COMO ESCRITORES DE FANFICTION

Empezaremos aclarando que los propios *betas* escritores no conocen en un 7 % su nomenclatura en el *fandom*. Por lo demás, casi un 40 % de ellos no tiene *beta*. Este dato es especialmente interesante porque, siendo ellos mismos *betas*, se podría entender que comprenden lo que ayuda el tener uno, o la necesidad de tenerlo. Además, es más probable que puedan conocer a otras personas que también lo son. Aunque, por supuesto, también nos puede decir que, al ser ellos mismos *betas*, ¿quién mejor que ellos para repasar sus propios trabajos? De todos modos, más de ¼ de los *betas* escritores encuestados tienen una o más *betas* fijas, tanto por ciento muy superior al de los escritores en general, y a un 10 % les gustaría tenerla. Un 20 % cambian de *beta* si las circunstancias así lo requieren.

Tabla 77. Opciones que más representan el conocimiento de la figura de los *betas*, ante los propios *betas* escritores

Opciones que más te representen con respecto a los <i>beta</i>	<i>Betas</i>
No sabía lo que era un o una <i>beta</i> , me acabo de enterar	7,2
No tengo <i>beta</i>	38,5
Cambio de <i>beta</i> dependiendo del <i>fandom</i> o de las circunstancias	19,2
Quiero un o una <i>beta</i> fija, pero no lo consigo	10,0
Tengo un o una <i>beta</i> fija desde hace muchos años	15,8
Tengo más de un o una <i>beta</i> fijos	10,7
No publico si mi <i>fanfic</i> no está <i>veteado</i>	11,3
Publico si mi <i>fanfic</i> no está <i>beteado</i> , pero prefiero no hacerlo	23,4
No me gusta que me corrijan, nadie comprende mis ideas tan bien como yo	3,8
Me gusta que me den un buen repaso a la ortografía	34,7
Me gusta que me comenten cualquier detalle mejorable.	61,5

Fuente: elaboración propia.

Luego hay más de un 10 % que no publican si su *fanfic* no está *beteado* y casi una cuarta parte de los encuestados lo publican, pero preferirían no hacerlo. Hay un tanto por ciento muy pequeño, no llega al 5 %, a los que no les gusta que les corrijan nada, y a la mayoría, más de un 60 % le gusta que les comenten cualquier detalle mejorable. Un porcentaje muy alto, pero no excesivo, teniendo en cuenta que estamos hablando de escritores que también son *betas*.

Tabla 78. Opciones que más representan el conocimiento de la figura de los *betas*, ante los propios *betas* escritores, según género

Opciones que más te representen	Mujeres	Hombres
No sabía lo que era un o una <i>beta</i> , me acabo de enterar	5,3	25,9
No tengo <i>beta</i>	38,6	37,0
Cambio de <i>beta</i> dependiendo del <i>fandom</i> o de las circunstancias	19,3	18,5
Quiero un o una <i>beta</i> fija, pero no lo consigo	10,2	7,4
Tengo un o una <i>beta</i> fija desde hace muchos años	16,3	11,1
Tengo más de un o una <i>beta</i> fijos	11,4	3,7
No publico si mi <i>fanfic</i> no está <i>veteado</i>	11,7	7,4
Publico si mi <i>fanfic</i> no está <i>beteado</i> , pero prefiero no hacerlo	25,8	0,0
No me gusta que me corrijan, nadie comprende mis ideas tan bien como yo	4,2	0,0
Me gusta que me den un buen repaso a la ortografía	36,0	22,2
Me gusta que me comenten cualquier detalle mejorable.	64,0	37,0

Fuente: elaboración propia.

Sí nos centramos en las diferencias por género, descubrimos que son los hombres los que en casi un 26 % no reconocen el término *beta* para un editor o corrector de textos en el *fandom* (cuando ellos afirman serlo), frente a un 5 % de las mujeres.

Por otro lado, respecto a la experiencia de ellos como *betas* –escritores, con otros *betas*, no llega a un 15 % de los *betas* escritores masculinos encuestados quienes tienen un o unos *betas* fijos, frente a casi el 28 % de ellas. Pero sin lugar a dudas lo más reseñable, es que si excluimos al 7 % de los hombres *beta* escritores (los cuales no publican si su *fanfic* no está *beteado*), al otro ochenta y pico por ciento parece que no le importa que los *beteen* o no, ya que 0 encuestados masculinos respondieron afirmativamente al ítem «Publico si mi *fanfic* no está *beteado*, pero prefiero no hacerlo», frente a casi un 26 % de las mujeres *betas* escritoras.

Para terminar con este apartado, y hablando de sobre qué prefieren recibir: consejo o ayuda con sus textos, a un 37 % de los *beta* escritores les gusta que les comenten cualquier detalle mejorable de su historia, frente a un 64 % de ellas. Casi un 30 % de diferencia. Con respecto a la revisión ortografía, un 36 % de las mujeres la requieren a sus *betas*, frente a un 22 % de los hombres.

A partir de aquí, empezaremos a tratar el tema de los *beta* como lectores de *fanfic*, no teniendo que estar relacionado con su labor de *beta*. Como ya hemos comentado más arriba, más de 4/5 de los *betas* leen *fanfic*, aunque para nada es un tanto por ciento equitativo entre hombres y mujeres.

LOS BETA COMO LECTORES DE FANFICTION

Con respecto a en qué idioma leen *fanfics* principalmente, un 39 % de los *betas* encuestados los lee principalmente en castellano y otro 39 % los lee indistintamente en castellano o en inglés. Curiosamente, un 26 % dice que prefiere leerlos en inglés porque cree que son mejores, y casi un 27 % los empezó a leer en otros idiomas, entre los que se incluye el inglés, para practicar el aprendizaje de ese idioma. Cualquiera sea la motivación por la cual empezaron a leerlos en otros idiomas, el 41 % de los *betas* lectores afirman que su capacidad lectora en ese idioma ha mejorado desde que leen *fanfic* en esos idiomas.

Al menos de la mitad de los encuestados dice que lo primero que hace al aficionarse a un nuevo producto audiovisual es buscar *fanfic* sobre él. Casi un 63 % de los

encuestados dice tener autores favoritos dentro del *fandom* y más del 76 % afirma que, si el *fanfic* no cumple unos mínimos de estructura y gramática, no sigue leyendo.

Con respecto a su relación con el mundo de la lectura, más de 4/5 reconoce que leer siempre ha sido una de sus aficiones favoritas, lo que nos deja con el dato de que el otro 1/5 (al que es posible que no le gustara mucho leer) no solo lee, sino que se atreve a corregir textos. Aunque solo un 6 % reconozca que un *fanfic* es la primera historia que leyó sin obligación. Sea como fuere, algo menos de 1/3 de los encuestados lee *fanfic* prácticamente a diario.

Tabla 79. Opciones que más representan a los *betas* como lectores de *fanfiction*

Opciones que más te representen	Betas
Leo principalmente <i>fanfics</i> en castellano	39,3
Leo <i>fanfics</i> en castellano porque no los encuentro en inglés	0,3
Leo principalmente <i>fanfics</i> en inglés	11,0
Leo <i>fanfics</i> en inglés porque no los encuentro en castellano	8,8
Leo indistintamente <i>fanfic</i> en castellano o en inglés,	39,3
Me gusta más leer en inglés, creo que los <i>fanfics</i> son mejores,	26,2
Leo principalmente <i>fanfics</i> en otro idioma (ni inglés, ni castellano)	1,8
Leo <i>fanfic</i> en otro idioma con traductores automáticos	6,1
Empecé a leer <i>fanfics</i> en otros idiomas para practicar otro idioma,	26,5
Desde que leo <i>fanfics</i> en otro idioma al mío mi capacidad lectora en ese idioma ha mejorado mucho, ya apenas necesito consultar diccionario o traductores	40,9
Tengo autores favoritos	62,8
Una de mis aficiones favoritas siempre ha sido leer	82,0
Leo más desde que leo <i>fanfic</i> ,	26,5
Un <i>fanfic</i> es la primera historia que leí sin obligación	6,1
Desde que leo <i>fanfics</i> leo menos ficción original	21,6
Si el <i>fanfic</i> no cumple unos mínimos de estructura y gramática, no lo sigo leyendo después de unos párrafos	76,5
Leo <i>fanfics</i> prácticamente a diario	30,5
Leo <i>fanfics</i> más o menos una vez a la semana,	16,8
Leo <i>fanfics</i> una vez al mes o menos	17,7
En cuanto me aficiono a un nuevo producto busco <i>fanfic</i> sobre él	46,6

Fuente: elaboración propia.

Si nos centramos en la diferencias por género, nos encontramos con unas diferencias muy llamativas. Aunque no las haya con respecto a en qué idioma leen principalmente los *fanfics*, donde los tantos por cierto por género no se mueven mucho del punto donde estaban en la tabla anterior, sí que lo hacen en los motivos por los que leen en un idioma u otro.

Un 28 % de ellas dice que prefiere leer *fanfiction* en inglés porque cree que son mejores, frente a un 13 % de ellos. Porcentajes parecidos nos encontramos ante la premisa «Empecé a leer *fanfics* en otros idiomas para practicar otro idioma», pero la mayor diferencia la encontramos en que, fuera cual fuera la motivación por la cual empezaron a leer *fanfic* en otros idiomas, el 46 % de las mujeres *betas* lectores afirman que su capacidad lectora en ese idioma ha mejorado desde que lee *fanfic* en esos idiomas, frente a un 0 % de los hombres. La verdad es que no tenemos muy claro qué puede significar esta diferencia tan alta de percepción ante la actividad.

Tabla 80. Opciones que más representan a los *betas* como lectores de *fanfiction*, según género

Opciones que más te representen	Mujeres	Hombres
Leo principalmente <i>fanfics</i> en castellano	39,1	41,0
Leo <i>fanfics</i> en castellano porque no los encuentro en inglés	0,3	0,0
Leo principalmente <i>fanfics</i> en inglés	11,1	10,3
Leo <i>fanfics</i> en inglés porque no los encuentro en castellano	9,0	7,7
Leo indistintamente <i>fanfic</i> en castellano o en inglés,	38,8	43,6
Me gusta más leer en inglés, creo que los <i>fanfics</i> son mejores,	28,0	12,8
Leo principalmente <i>fanfics</i> en otro idioma (ni inglés, ni castellano)	1,7	2,6
Leo <i>fanfic</i> en otro idioma con traductores automáticos	6,6	2,6
Empecé a leer <i>fanfics</i> en otros idiomas para practicar otro idioma,	28,4	12,8
Desde que leo <i>fanfics</i> en otro idioma al mío mi capacidad lectora en ese idioma ha mejorado mucho, ya apenas necesito consultar diccionario o traductores	46,4	0,0
Tengo autores favoritos	68,2	23,1
Una de mis aficiones favoritas siempre ha sido leer	85,8	53,8
Leo más desde que leo <i>fanfic</i> ,	29,1	7,7
Un <i>fanfic</i> es la primera historia que leí sin obligación	6,2	5,1
Desde que leo <i>fanfics</i> leo menos ficción original	24,2	2,6
Si el <i>fanfic</i> no cumple unos mínimos de estructura y gramática, no lo sigo leyendo después de unos párrafos	82,0	35,9
Leo <i>fanfics</i> prácticamente a diario	33,2	10,3
Leo <i>fanfics</i> más o menos una vez a la semana,	17,6	10,3
Leo <i>fanfics</i> una vez al mes o menos	17,6	17,9
En cuanto me aficiono a un nuevo producto busco <i>fanfic</i> sobre él	49,8	23,1

Fuente: elaboración propia.

Al analizar según género, casi la mitad de las mujeres *betas* encuestadas dice que lo primero que hace al aficionarse a un nuevo producto audiovisual es buscar *fanfic*, frente a un 23 % de los hombres. Casi un 70 % de las *betas* lectoras encuestadas dice tener autores favoritos dentro del *fandom*, frente a un 23 % de ellos, y más del 82 % de ellas afirman que, si el *fanfic* no cumple unos mínimos de estructura y gramática, no sigue

leyendo, frente a un 36 %. Esto reafirma, en el mundo de los *betas*, algo que ya vimos en el mundo de los fans y de los propios escritores, y es que las mujeres se implican más en la comunidad del *fanfiction*.

Con respecto a su relación con el mundo de la lectura, el 86 % de las *betas* mujeres reconoce que leer siempre ha sido una de sus aficiones favoritas, frente a algo más de la mitad de los hombres. Y aun siendo así, un 29 % de ellas dice leer más desde que lee *fanfic*, frente a un 8 % de ellos. Tanto es así que el 24 % de ellas dice que, desde que lee *fanfiction*, lee menos ficción original, frente a un 3 % de los hombres. Sea como sea, 1/3 de ellas leen *fanfic* prácticamente a diario, frente a una décima parte de ellos.

Tabla 81. Actitudes de los *betas* sobre el *feedback* con los autores de los *fanfic* que leen

Opciones que más se ajusten a tu relación con el <i>feedback</i>	<i>Betas</i>
No comento los <i>fanfic</i> en otros idiomas diferentes al mío porque tengo miedo de no expresarme correctamente	13,9
Comento o no comento los <i>fanfics</i> indistintamente del idioma en el que estén escritos	29,8
Comento todos los <i>fanfics</i> que me gustan	17,9
Comento un alto grado de los <i>fanfics</i> que me gustan	21,1
Intento dejar unos comentarios constructivos en cada <i>fanfics</i> que comento	28,5
Solo comento los <i>fanfics</i> de mis conocidos	6,5
No suelo dejar comentarios en ningún <i>fanfic</i>	22,6
Si algún <i>fanfics</i> no me gusta, le digo al escritor la razón	7,7
Aunque no comente, siempre intento dejar una felicitación, kudo, me gusta... a los <i>fanfic</i> que me han gustado	40,7

Fuente: elaboración propia.

El tema del *feedback* ha resultado ser conflictivo en todos los apartados por su escasez. Tanto es así que el 23 % de los *betas* no suele dejar comentarios en ningún *fanfic*, el 18 % comenta todos los *fanfic* que le gustan y un 21 %, casi todos los que le gustan. Pero sin lugar a dudas, el porcentaje más alto, es el de aquellos que, aunque no comenten, siempre intentan dejar una felicitación, en este caso lo hacen más del 40 % de los *betas*. Eso sí, para un 30 % de los encuestados, el idioma en el que esté escrito el *fic* no es impedimento para dejar comentarios si así lo desean. Concluyendo, los *betas* tampoco tienen un alto grado de *feedback* por escrito con los autores a los que leen.

Al dividirlo entre sexos, las respuestas son mucho más aclaratorias. Los hombres dejan muchísimo menos *feedback* que las mujeres. Y es que, aunque la diferencia entre aquellos que afirman no dejar comentarios en ningún *fanfic* es anecdótica, no lo es así en los que sí que dejan. Casi un 21 % de las mujeres comentan todos los *fanfic* que les

gustan, frente a un 5 % de los hombres. Un 24 % de las mujeres comentan un alto grado de los *fanfic* que les gustan, frente a un 9 % y, sobre todo, casi la mitad de las mujeres deja felicitaciones, si no deja comentarios, frente a un 7 % de ellos. Por otro lado, más del doble de mujeres que de hombres intenta dejar comentarios constructivos.

Tabla 82. Actitudes de los *betas* sobre el *feedback* con los autores de los *fics* que leen, según género

Opciones que más se ajusten a tu relación con el <i>feedback</i>	Mujeres	Hombres
No comento los <i>fanfic</i> en otros idiomas diferentes al mío porque tengo miedo de no expresarme correctamente	15,8	5,4
Comento o no comento los <i>fanfics</i> indistintamente del idioma en el que estén escritos	32,5	17,6
Comento todos los <i>fanfics</i> que me gustan	20,7	5,4
Comento un alto grado de los <i>fanfics</i> que me gustan	24,3	6,8
Intento dejar unos comentarios constructivos en cada <i>fanfics</i> que comento	31,6	14,9
Solo comento los <i>fanfics</i> de mis conocidos	7,0	4,1
No suelo dejar comentarios en ningún <i>fanfic</i>	22,5	23,0
Si algún <i>fanfics</i> no me gusta, le digo al escritor la razón	7,3	9,5
Aunque no comente, siempre intento dejar una felicitación, kudo, me gusta... a los <i>fanfic</i> que me han gustado	48,3	6,8

Fuente: elaboración propia.

3.5.3. LOS LECTORES DE *FANFICTION*

Poco menos de la mitad de los fans que contestaron la encuesta, un 48,1 %, leen *fanfic*, 1157 de ellos. Las diferencias se agudizan al mirar los datos diferenciados por género. Un 61,7 % de las mujeres que contestaron la encuesta, 979, leen *fanfiction*, frente a un 21,5 % de los hombres, 175. Estos datos apoyan lo analizado con anterioridad, las mujeres fans parecen más interesadas en el mundo del *fanfiction* en todas sus variantes.

A. DATOS DEMOGRÁFICO DE LOS LECTORES DE *FANFICTION*

A continuación vamos a conocer un poco más a estos amantes del *fanfiction*, conociendo su edad, su nacionalidad y lo que han estudiado, entre otras cosas.

Más de la mitad de los lectores encuestados están en la franja de edad entre los 19 y los 28 años. Esa también es la misma franja de edad en la que destacan los fans en general, pero en un tanto por cierto menor. Aunque los datos son muy parecidos, la tendencia normal es que los lectores de *fanfic* son de menor edad, en general, que los fans en general, pero en un porcentaje menor que los escritores.

Tabla 83. Edad de los lectores en comparación con los fans en general

Edad	Lectores de <i>fanfiction</i>	Fans en general
13 años o menos	0,9	0,7
De 14 años a 18 años	15,6	12,5
De 19 años a 23 años	30,7	26,2
De 24 años a 28 años	22,2	20,6
De 29 años a 33 años	13,9	15,8
De 34 años a 43 años	13,0	18,8
De 44 años a 53 años	2,9	3,7
Más de 54 años	0,3	0,7
NC	0,4	0,9
N	100,0	100,0

Fuente: elaboración propia.

Como se dejaba ver en la tabla anterior, la mayoría de los lectores de *fanfiction* se encuentran en la franja entre los 19 y 28 años, pero con un matiz: son las mujeres las que se encuentran principalmente en esa franja, alrededor de un 55 % de ellas. Sin embargo, en el caso de los hombres, apenas se encuentran en esa franja un 40 %.

Tabla 84. Edad de los lectores de *fanfiction* según género

Edad	Mujeres	Hombres
13 años o menos	0,8	1,1
De 14 años a 18 años	16,0	13,7
De 19 años a 23 años	32,3	21,1
De 24 años a 28 años	22,9	18,9
De 29 años a 33 años	13,9	14,3
De 34 años a 43 años	11,2	22,9
De 44 años a 53 años	2,2	6,9
Más de 54 años	0,2	1,1
NC	0,4	0,0
N	100,0	100,0

Fuente: elaboración propia.

La distribución de lectores masculinos por edades es mucho más homogénea que la femenina, e incluso tiene un resurgir en la franja de 34 a 43 que, por otro lado, ya existía en la misma franja de edad de fans en general. Sea como sea, la edad media de los lectores de *fanfiction* hombres es más alta que la de las mujeres.

En referencia con la nacionalidad, como en el apartado de los escritores de *fanfic* y de los *betas*, cuando nos ponemos a hablar de las actividades relacionadas con el *fanfiction*,

aunque el mayor número de fans sigue siendo español, desciende en un número considerable a favor del resto de los fans de países hispanohablantes.

Tabla 85. Nacionalidad de los lectores de *fanfic* en comparación con los fans en general

Nacionalidad	Lectores	Fans en general
España	70,6	81,3
México	10,1	5,7
Argentina	6,3	4,3
Chile	2,7	1,8
Venezuela	2,0	1,6
Colombia	1,8	1,8
Perú	1,3	0,7
Uruguay	1,0	0,7
Costa Rica	0,8	0,4
Resto de países hispanohablantes	2,5	1,3
Otros países no hispanohablantes	0,7	0,3
NC	0,3	0,1
N	100,0	100,0

Fuente: elaboración propia.

Un 10 % de los lectores de *fanfic* son mexicanos, seguidos por un 6 % de argentinos y un 3 % de chilenos. Y aunque no lo hemos puesto en la tabla, ya que los representantes de Ecuador eran prácticamente anecdóticos, casi un 1 % de los lectores encuestados son de este país. Y casi otro 1 % de otros países no hispanohablantes.

Tabla 86. Nacionalidad de los lectores de *fanfiction* según género

Nacionalidad	Mujeres	Hombres
España	68,9	80,0
México	10,6	6,9
Argentina	6,5	5,1
Chile	3,0	1,1
Venezuela	2,2	0,6
Colombia	1,9	1,1
Perú	1,4	0,6
Uruguay	1,1	0,6
Ecuador	0,9	0,6
Costa Rica	0,7	1,1
Otros países no hispanohablantes	1,5	1,8
Otros países no hispanohablantes	0,7	0,6
NC	0,3	0,0
N	100,0	100,0

Fuente: elaboración propia.

Como en el resto de las actividades analizadas, aquí también las mujeres de países hispanohablantes que no son España, aumentan su presencia dentro del *fandom*, en

contrarresto de las españolas, aunque estas hayan sido las más encuestadas. Y son las que, de normal, hacen que suba la media de lectores de *fic* en países hispanohablantes.

A continuación comentaremos los últimos estudios finalizados por los lectores de *fanfiction*.

Tabla 87. Últimos estudios finalizados de los lectores de *fanfiction* en comparación con los fans en general

Estudios finalizados	Lectores	Fans en general
Educación primaria	2,4	2,3
Educación secundaria	17,2	14,1
Educación preuniversitaria	24,8	22,9
Formación profesional	10,4	13,1
Educación universitaria	30,6	31,1
Postgrados, doctorados, masters	14,4	16,4
NC	0,2	0,1
N	100,0	100,0

Fuente: elaboración propia.

La tónica general en esta sección sigue siendo la misma, siempre ronda el 30 % los que han terminado sus estudios universitarios. Y el otro tanto por cierto mayor lo ocupan los que han terminado estudios preuniversitarios. Las diferencias son muy poco significativas en este apartado.

Tabla 88. Últimos estudios finalizados de los lectores de *fanfiction* según género

Estudios finalizados	Mujeres	Hombres
Educación primaria	2,6	1,7
Educación secundaria	16,8	20,0
Educación preuniversitaria	25,6	19,4
Formación profesional	9,4	16,0
Educación universitaria	31,1	28,0
Postgrados, doctorados, masters	14,4	14,9
NC	0,2	0,0
N	100,0	100,0

Fuente: elaboración propia.

Con respecto a los estudios realizados, los lectores de *fanfic* mujeres son en un 31 % de los casos tituladas universitarias y en un 26 %, tituladas preuniversitarias. En ambos casos el número de lectores de *fanfiction* masculino es menor, aumentando, sobre todo, en el apartado formación profesional, tema que ya analizamos.

Tabla 89. Ocupación de los lectores de *fanfiction* en comparación con los fans en general

¿Qué haces en la actualidad?	Lectores	Fans en general
Estoy trabajando	25,4	31,5
Estoy buscando trabajo	8,6	8,6
Estoy intentado montar mi propio negocio	0,6	1,2
Estoy a cargo de la casa, los hijos o personas enfermas	1,2	1,1
Estoy jubilado	0,1	0,3
Estoy cursando estudios inmediatamente superiores a mi última titulación	28,0	24,3
Estoy estudiando idiomas	3,3	2,5
Estoy estudiando algo relacionado con la informática: programación, diseño gráfico, creación de páginas web	1,9	1,9
Estoy estudiando (otra opción no nombrada en la encuesta) o estoy estudiando una mezcla de lo nombrado en la encuesta	11,1	12,7
Estoy buscando trabajo. Estoy estudiando	4,8	4,5
Estoy trabajando, Estoy estudiando	7,8	4,8
Otras opciones y diversas combinaciones	6,4	6,3
NC	0,8	0,4
N	100,0	100,0

Fuente: elaboración propia.

Por otro lado, la mayor cantidad de fans lectores están en la actualidad cursando estudios inmediatamente superiores a los últimos realizados, seguidos de cerca por aquellos que están trabajando. Justamente esta tendencia es al revés en los fans en general. En comparación, también, con los fans en general, son un 3 % más los que están buscando trabajo a la vez que estudian.

Tabla 90. Ocupación de los lectores de *fanfiction* según género

¿Qué haces en la actualidad?	Mujeres	Hombres
Estoy trabajando	23,0	38,9
Estoy buscando trabajo	8,2	10,3
Estoy intentado montar mi propio negocio	0,5	1,1
Estoy a cargo de la casa, los hijos o personas enfermas	1,3	0,6
Estoy jubilado	0,1	0,0
Estoy cursando estudios inmediatamente superiores a mi última titulación	30,0	17,1
Estoy estudiando idiomas	3,3	3,4
Estoy estudiando algo relacionado con la informática: programación, diseño gráfico, creación de páginas web	1,6	3,4
Estoy estudiando (otra opción no nombrada en la encuesta) o estoy estudiando una mezcla de lo nombrado en la encuesta	12,4	4,0
Estoy buscando trabajo. Estoy estudiando	5,2	2,9
Estoy trabajando, Estoy estudiando	7,3	10,9
Otras opciones y diversas combinaciones	6,3	6,9
NC	0,8	0,6
N	100,0	100,0

Fuente: elaboración propia.

Cuando nos ponemos a analizar a través de temas de género, las diferencias se hacen patentes, pero en la forma en la que hemos ido observando. Mientras la mayoría de las lectoras están estudiando, la mayoría de los lectores están trabajando. Casi un 60 % de las lectoras está estudiando (cualquier tipo de las opciones dadas) en exclusividad, frente a un 28 % de ellos. En contrapartida, casi un 40 % de los lectores masculinos está trabajando, frente a un 23 % de ellas.

B. PRODUCTOS CULTURALES MÁS SEGUIDOS POR LOS LECTORES DE *FANFICTION*

Siguiendo la tendencia hasta el momento, casi el 50 % de los encuestados lectores de *fanfiction* entran en el mundo del *fandom* a través de las series de televisión, seguidos por libros y películas en unos porcentajes muy similares a los de los escritores y tampoco excesivamente alejados de los de los fans en general. Los libros, como producto cultural para entrar en el *fandom* para los lectores de *fanfiction*, ganan puntos frente al de los fans en general, pero tampoco en un número excesivamente reseñable.

Tabla 91. Principalmente a través de qué producto cultural se hacen fans los lectores de *fanfiction* en comparación con los fans en general

Producto cultural a través del cual te haces fan	Lectores	Fans en general
Series de televisión	47,8	48,3
Libros	25,6	21,7
Películas	8,0	11,3
Cómics	4,9	6,6
Videojuegos	5,0	6,0
Otros	2,2	2,2
Varios	0,0	1,9
Todas	2,7	1,9
NC	0,0	0,1
Total	100,0	100,0

Fuente: elaboración propia.

Como ya ha pasado en apartados anteriores, esta pregunta deja patente que son las mujeres lectoras las que entran en un grado mayor en el mundo de los fans a través de las series de televisión, en la mitad de los casos. Seguido por los libros y dejando bastante alejadas el resto de las opciones. En el caso de los hombres, está mucho más repartido, siguen ganando las series, pero solo con un 30 %. El resto de los productos culturales que los hacen fan principalmente está muy repartido y casi igualado entre películas, cómics y videojuegos.

Tabla 92. Principalmente a través de qué producto cultural se hacen fans los lectores según género

Producto cultural a través del cual te haces fan	Mujeres	Hombres
Series de televisión	51,0	30,3
Libros	26,5	21,1
Películas	6,7	14,3
Cómics	3,3	14,3
Videojuegos	3,2	15,4
Otros	2,3	1,1
Varios	4,5	0,6
Todas	2,6	2,9
NC	0,0	0,0
N	100,0	100,0

Fuente: elaboración propia.

Cuando hablamos de los productos más admirados por los lectores de *fanfiction*, el más admirado sigue siendo Harry Potter, producto estrella de más de la mitad de los lectores encuestados. Seguido por Marvel, que gana unos tantos por ciento en comparación con los fans en general, y por *Star Wars*, que pierde este porcentaje. En este caso, el nuevo top diez, el de los lectores, apenas varía en comparación con el de los fans en general, unas pocas décimas hacen que algún producto baje o suba un puesto.

Tabla 93. Productos, personajes o universos de los que son más fans los fans lectores de *fanfiction* y los fans en general

¿De qué eres o has sido fan?	Lectores	Fans en general
Harry Potter	55,7	41,0
Marvel	27,3	25,5
<i>Star Wars</i>	13,9	16,4
<i>Juego de Tronos</i>	12,7	13,3
<i>El Señor de los Anillos</i>	11,5	12,8
<i>Expediente X</i>	10,2	8,7
<i>Doctor Who</i>	10,5	8,6
DC	6,9	6,6
<i>Los juegos del hambre</i>	7,3	6,3

Fuente: elaboración propia.

Sin embargo, a la hora de analizarlo desde la perspectiva del género, sí que hay un cambio significativo en ambos top diez, y también hay productos que se incorporan a la lista general, pero eso lo veremos en los gráficos posteriores. Por ahora y teniendo como referencia el top diez general: el producto más seguido por las lectoras de *fanfic* es Harry Potter, en un tanto por ciento bastante superior en comparación con la de los fans

en general; en el caso de los lectores hombres no es el producto más seguido, si no el tercero en la lista, ya que el primero es Marvel. Pero aun así Harry Potter para los chicos lectores, aumenta en un porcentaje de seguidores muy superior al que tenía para los fans en general. Como ya hemos dicho, Marvel es el producto más seguido por los chicos lectores, también en un porcentaje superior al de los fans en general, mientras que es el segundo producto más seguido por las lectoras chicas.

Tabla 94. Productos, personajes o universos de los que son más fans los fans lectores de *fanfiction* según género

¿De qué eres o has sido fan?	Mujeres		Hombres	
	Lectoras	Fans en general	Lectores	Fans en general
Harry Potter	60,4	52,3	30,3	19,4
Marvel	25,4	22,8	37,7	30,9
<i>Star Wars</i>	10,4	10,8	33,1	27,4
<i>Juego de Tronos -Game of Thrones</i>	12,2	11,7	16,0	16,7
<i>El Señor de los Anillos</i>	10,1	10,2	19,4	17,8
<i>Expediente X - The X Files</i>	11,3	10,6	4,0	5,0
<i>Doctor Who</i>	10,5	9,1	10,9	7,5
<i>DC</i>	5,9	5,1	12,6	9,4
<i>Los juegos del hambre</i>	8,3	8,8	1,7	1,5
<i>Sherlock</i>	8,1	6,0	1,7	2,1

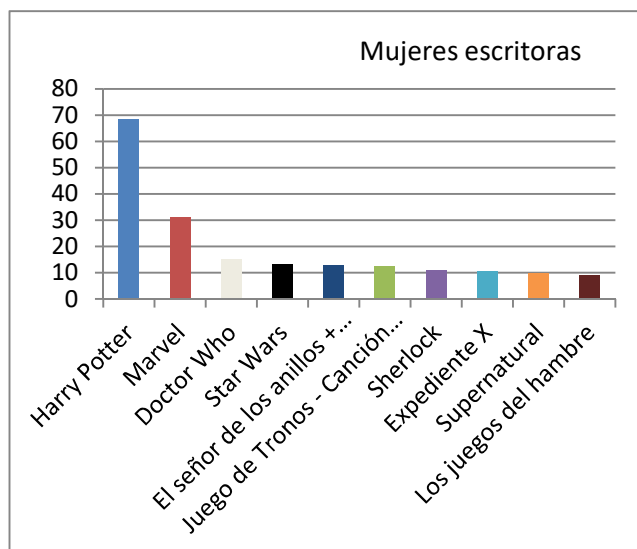
Fuente: elaboración propia.

Aunque es obvio que hay productos «estrella» dentro del *fandom* (Harry Potter, Marvel...), es interesante comprobar que los gustos no son para nada heterogéneos, no solo entre hombres y mujeres, sino entre lectores y escritores de *fanfic*.

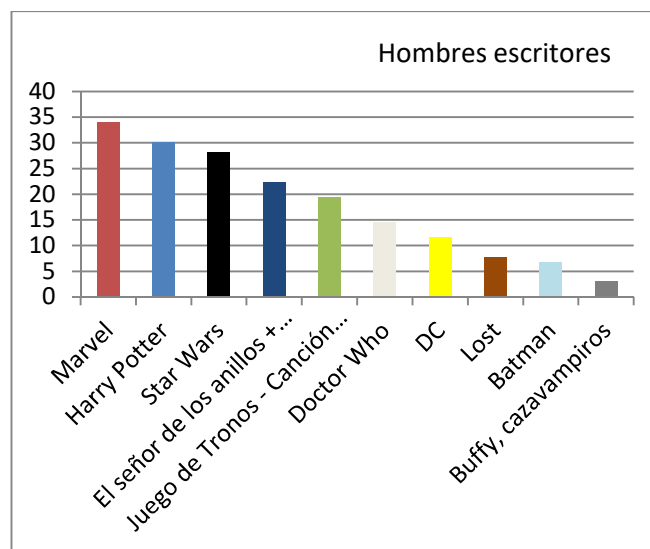
Productos como *Supernatural*, que entraba con fuerza en la lista de productos predilectos entre las mujeres escritoras, desaparece en el caso de las mujeres lectoras y no aparece en ningún caso en los listados de los hombres. Y, aunque por lo visto hasta el momento, parece ser que las series siempre son preferidas por las mujeres, en el caso de *Lost* solo entra en el top diez de los hombres, sean escritores o lectores. Esto es interesante a la luz de que *Supernatural* tiene en Fanfiction.net 124000 *fics* y *Lost* 9600.

Por otro lado, *Pokémon* aparece en el top de lectores masculinos sin haber aparecido en ningún otro top anterior, y es el primer juego que aparece en la lista, aunque evidentemente *Pokémon* es mucho más que un juego.

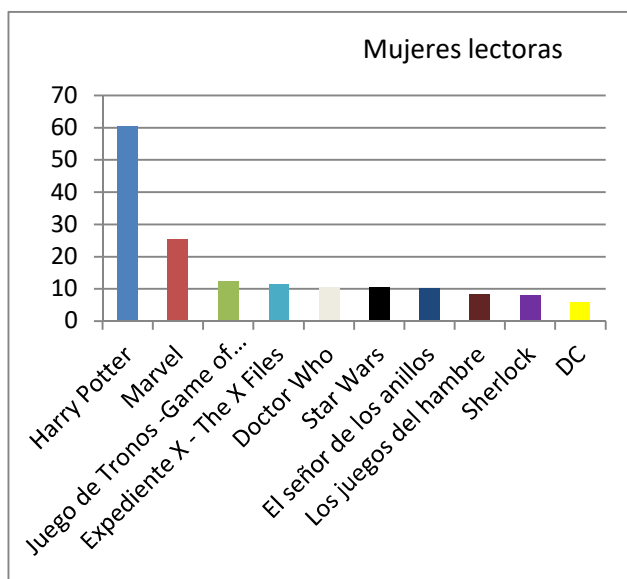
Figura 21. Gráficas. Top diez de productos culturales más seguidos por los escritores de *fanfic* en comparación con los lectores de *fanfic* por género.



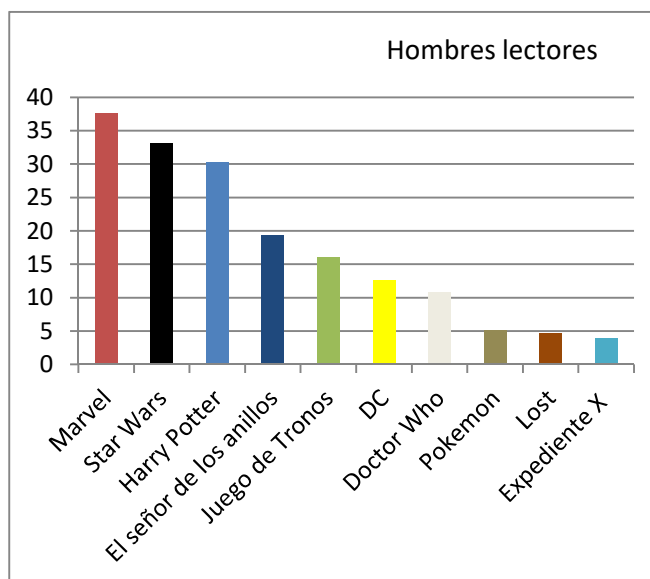
Fuente: elaboración propia.



Fuente: elaboración propia.



Fuente: elaboración propia.



Fuente: elaboración propia.

C. EL FANDOM DE LOS LECTORES DE FANFICTION

A continuación vamos a comentar las características básicas de los lectores de *fanfiction* dentro de su *fandom*.

Como es normal, ya que realizan una actividad muy vinculada al *fandom*, el 85 % de los lectores de *fanfiction* se consideran parte del *fandom*, un porcentaje mucho mayor que el 64 % de los fans en general.

Tabla 95. Lectores de *fanfiction* que se consideran o se han considerado parte del *fandom* en comparación con los fans en general

Identificación como miembros del <i>fandom</i>	Lectores	Fans en general
Sí	85,3	64,2
No	14,5	35,6
NC	0,2	0,2
N	100,0	100,0

Fuente: elaboración propia.

En la comparativa que hacemos por género, es visible que las mujeres, como pasaba en otras secciones, se sienten mucho más identificadas como parte de una comunidad, en contrapartida con sus compañeros masculinos. Mientras que un 90 % de las lectoras se considera parte del *fandom*, algo más del 60 % de los lectores hombres lo hacen. Aun así son tantos por cientos más altos que los que tenían los fans en general y más teniendo en cuenta que no son fans creadores a priori.

Tabla 96. Lectores de *fanfiction* que se consideran o se han considerado parte del *fandom* según género

Identificación como miembros del <i>fandom</i>	Mujeres	Hombres
Sí	89,6	61,1
No	10,3	38,3
NC	0,1	0,6
N	100,0	100,0

Fuente: elaboración propia.

Con referencia a si estos fans conocían el *fandom* antes de Internet o no, en primer lugar, recordaremos, que esta pregunta solo la podían contestar aquellos fans que se consideraban parte del *fandom*, de los cuales un 44 % ya formaba parte del *fandom* antes de conocerlo en Internet. Tanto por cierto muy alto, aunque por debajo de los fans en general.

Tabla 97. Lectores de *fanfic* que formaban parte de un *fandom* antes de conocerlo a través de Internet

Pertenencia al <i>fandom</i> antes de Internet	Lectores	Fans
Sí	43,6	49,9
No	41,8	49,7
NC	14,5	0,3
N	100,0	100,0

Fuente: elaboración propia.

Cuando analizamos este ítem, cruzando los datos según género, nos encontramos con resultados bastante interesantes. Solo el 34 % de los lectores masculinos formaba parte

del *fandom* antes de conocerlo a través de Internet, frente a un 46 % de las mujeres. Esto, por los datos analizados con anterioridad, nos parece una tendencia extraña, –o, por lo menos, opuesta a lo que hemos visto hasta el momento–, ya que cambia la dinámica que había con los fans en general.

Tabla 98. Lectores de *fanfiction* que formaban parte de un *fandom* antes de conocerlo a través de Internet según género

Pertenencia al <i>fandom</i> antes de Internet	Mujeres	Hombres
Sí	45,5	33,7
No	44,2	28,0
NC	10,3	38,3
N	100,0	100,0

Fuente: elaboración propia.

De todos modos, seguramente lo más llamativo es la abstención a la hora de contestar esta pregunta. Un 10 % de las lectoras y un 38 % de los lectores no la contestaron, cosa que nos confunde y extraña, ya que no creemos que sea comprometida o tendenciosa.

A continuación analizaremos la actitud del lector de *fanfics* ante la idea de leerlos.

Tabla 99. Actitudes de los lectores de *fanfiction* sobre la actividad de leerlos

Opciones que más te representen como lector de <i>fanfic</i>	Lectores
Leo principalmente <i>fanfic</i> en castellano	39,8
Leo <i>fanfic</i> en castellano porque no los encuentro en inglés	1,3
Leo principalmente <i>fanfics</i> en inglés	28,0
Leo <i>fanfics</i> en inglés porque no los encuentro en castellano	12,7
Leo indistintamente <i>fanfics</i> en castellano o en inglés	35,2
Me gusta más leer en inglés, creo que los <i>fanfics</i> son mejores	22,7
Leo principalmente <i>fanfics</i> en otro idioma (ni inglés, ni castellano)	0,7
Leo <i>fanfic</i> en otro idioma con traductores automáticos	5,3
Empecé a leer <i>fanfics</i> en otros idiomas para practicar otro idioma	17,1
Desde que leo <i>fanfics</i> en otro idioma al mío mi capacidad lectora en ese idioma ha mejorado mucho, ya apenas necesito consultar diccionario o traductores	32,5
Tengo autores favoritos.	42,4
Una de mis aficiones favoritas siempre ha sido leer	70,4
Leo más desde que leo <i>fanfic</i>	19,3
Un <i>fanfic</i> es la primera historia que leí sin obligación	4,2
Desde que leo <i>fanfics</i> leo menos ficción original,	15,4
Si el <i>fanfic</i> no cumple unos mínimos de estructura y gramática, no lo sigo leyendo después de unos párrafos	58,6
Leo <i>fanfics</i> prácticamente a diario	24,6
Leo <i>fanfics</i> más o menos una vez a la semana,	16,2
Leo <i>fanfics</i> una vez al mes o menos	17,5
En cuanto me aficiono a un nuevo producto busco <i>fanfic</i> sobre él	36,3

Fuente: elaboración propia.

Con respecto a las premisas que despierta el hecho de leer *fics*, en primer lugar, remarcaremos que el 70 % de los lectores de *fanfic* reconocen que leer siempre ha sido una de sus aficiones favoritas. Por otro lado, tenemos un 4 % que afirma que la primera historia que leyó sin obligación fue un *fanfiction*. Es un porcentaje pequeño, pero no deja de ser una ayuda al fomento de la lectura.

Con respecto a en qué idioma leen esos *fanfic*, un 40 % los lee principalmente en castellano, un 28 % por cierto en inglés (un tanto por cierto bastante alto si tenemos en cuenta el esfuerzo que conlleva leer en un idioma diferente al propio) y un 35 % indistintamente en un idioma que en otro. Eso sí, casi un tercio de los lectores encuestados dice que desde que lee *fanfiction* en otro idioma su capacidad lectora en ese idioma ha mejorado.

Con respecto a la calidad de esos *fanfic*, cerca del 60 % dice que si el *fanfic* no cumple unos mínimos de estructura y gramática, no lo sigue leyendo después de unos párrafos. Y con respecto al *fandom*, más del 40 % reconoce tener autores favoritos dentro de este y más de un tercio de los lectores dice que lo primer que hace al aficionarse a un nuevo *fandom* es buscar *fics* sobre él.

Las actitudes de los lectores ante la actividad que realizan en el *fandom* varía en muchos casos y mucho dependiendo del sexo de quien lo realiza. En primer lugar, es obvio, que la media de los lectores de *fanfic* aficionados de siempre a la lectura sube gracias a las féminas. Mientras un 75 % de las mujeres lectoras se consideran aficionadas a la lectura, solo lo hace un 45 % de los hombres. Ocurre lo mismo, pero a una escala mucho más pequeña, con aquellos que dicen que un *fic* es la primera historia que leyeron sin obligación. Por otro lado, un 18 % de ellas confiesa que ahora lee menos ficción original, frente a un 3 % de ellos, pero aun así un 22 % de ellas dice que lee más desde que lee *fanfic*, frente a un 5 % de ellos. De hecho el 28 % de las mujeres dice leer *fanfic* prácticamente a diario, frente a un 5 % de los hombres.

Con respecto a que en qué idioma leen los *fanfic*, en porcentajes muy parecidos (35 %-36 %), lo hace indistintamente tanto en inglés como en español hombres y mujeres lectores. Los hombres leen principalmente en castellano en un 37 %, frente a un 39 % de las féminas. Y un 31 % de las mujeres, lee principalmente en inglés, frente a 13 % de los hombres. Como conclusión podemos decir que, en general, los hombres leen menos *fanfic* en inglés, pero poco más. Con respecto al aprendizaje que ha podido conllevar

esto, podemos decir que el 19 % de las mujeres lectoras dice haber empezado a leer *fanfics* en otros idiomas para practicarlos, frente a un 8 % de los hombres y como consecuencia de esto mismo el 37 % de ellas cree que su inglés ha mejorado gracias a la lectura de *fics*, frente a un 10 % de ellos. Por lo tanto, ellas confían más en que la lectura de *fics* las ayudara a mejorar sus habilidades en otro idioma y sienten que eso ha sido así en un tanto por ciento mucho mayor que sus pares masculinos.

Tabla 100. Actitudes de los lectores de *fanfiction* sobre la actividad de leerlos según género

Opciones que más te representen como lector de <i>fanfic</i>	Mujer	Hombre
Leo principalmente <i>fanfic</i> en castellano	38,5	47,4
Leo <i>fanfic</i> en castellano porque no los encuentro en inglés	1,2	1,7
Leo principalmente <i>fanfics</i> en inglés	30,7	12,6
Leo <i>fanfics</i> en inglés porque no los encuentro en castellano	14,0	5,7
Leo indistintamente <i>fanfics</i> en castellano o en inglés	35,1	36,0
Me gusta más leer en inglés, creo que los <i>fanfics</i> son mejores	25,3	8,6
Leo principalmente <i>fanfics</i> en otro idioma (ni inglés, ni castellano)	0,7	0,6
Leo <i>fanfic</i> en otro idioma con traductores automáticos	5,9	1,7
Empecé a leer <i>fanfics</i> en otros idiomas para practicar otro idioma	18,8	8,0
Desde que leo <i>fanfics</i> en otro idioma al mío mi capacidad lectora en ese idioma ha mejorado mucho, ya apenas necesito consultar diccionario o traductores	36,6	9,7
Tengo autores favoritos	47,3	14,9
Una de mis aficiones favoritas siempre ha sido leer	75,3	44,6
Leo más desde que leo <i>fanfic</i>	21,9	5,1
Un <i>fanfic</i> es la primera historia que leí sin obligación	4,6	2,3
Desde que leo <i>fanfics</i> leo menos ficción original	17,6	2,9
Si el <i>fanfic</i> no cumple unos mínimos de estructura y gramática, no lo sigo leyendo después de unos párrafos	64,0	28,0
Leo <i>fanfics</i> prácticamente a diario	28,1	5,1
Leo <i>fanfics</i> más o menos una vez a la semana	17,9	6,9
Leo <i>fanfics</i> una vez al mes o menos	17,5	17,7
En cuanto me aficiono a un nuevo producto busco <i>fanfic</i> sobre él	40,0	15,4

Fuente: elaboración propia.

Con respecto a la exigencia de calidad en lo que leen, casi dos tercios de las lectoras encuestadas expresa que si el *fanfic* no cumple unos mínimos no lo lee, frente a un 28 % de los hombres.

Y por último, en relación al *fandom*, se demuestra aún más la implicación femenina en la comunidad. Casi la mitad de ellas tiene autores favoritos, frente a un 15 % de ellos y un 40 % de ellas reconoce que, cuando se aficiona a un nuevo producto, busca *fanfic* sobre él, frente a un 15 % de los hombres.

En relación con el *feedback*, el *fandom* no parece demasiado entusiasta en ningún caso. Algo menos de la mitad reconoce que no suele dejar nunca comentarios en el relato, por lo menos el 38 % dice que, aunque no comente, siempre intenta dejar una felicitación o *kudo* en aquellos *fanfic* que le han gustado.

Tabla 101. Actitudes de los lectores de *fanfiction* sobre el *feedback* con los autores

Opciones que más se ajusten a tu relación con el <i>feedback</i>	Lectores
No comento los <i>fanfic</i> en otros idiomas diferentes al mío porque tengo miedo de no expresarme correctamente	15,2
Comento o no comento los <i>fanfics</i> indistintamente del idioma en el que estén escritos	25,3
Comento todos los <i>fanfics</i> que me gustan	15,4
Comento un alto grado de los <i>fanfics</i> que me gustan	13,6
Intento dejar unos comentarios constructivos en cada <i>fanfics</i> que comento,	19,2
Solo comento los <i>fanfics</i> de mis conocidos	4,7
No suelo dejar comentarios en ningún <i>fanfic</i>	44,1
Si algún <i>fanfics</i> no me gusta, le digo al escritor la razón	5,4
Aunque no comente, siempre intento dejar una felicitación, <i>kudo</i> , me gusta... a los <i>fanfic</i> que me han gustado	37,9

Fuente: elaboración propia.

Por otro lado, solo un 25 % dice que comenta o no comenta los *fanfics* indistintamente del idioma en el que estén escritos, así que parece claro suponer que el resto sí que tienen este hándicap en cuenta. En este caso, los fans, tanto hombres como mujeres, se ponen de acuerdo a la hora de no dejar comentarios: apenas un 3 % es la diferencia entre hombres y mujeres a este respecto. Un 44 % de ellas no comenta los *fics*, frente a un 46 % por ciento de ellos. La cosa cambia al hablar de felicitaciones automáticas como likes, *kudos*... un 42 % de ellas sí que intenta usarlas, frente a un 13 % de ellos.

Tabla 102. Actitudes de los lectores de *fanfiction* sobre el *feedback* según género

Opciones que más se ajusten a tu relación con el <i>feedback</i>	Mujer	Hombre
No comento los <i>fanfic</i> en otros idiomas diferentes al mío porque tengo miedo de no expresarme correctamente	15,7	12,6
Comento o no comento los <i>fanfics</i> indistintamente del idioma en el que estén escritos	26,4	20,0
Comento todos los <i>fanfics</i> que me gustan	16,0	12,0
Comento un alto grado de los <i>fanfics</i> que me gustan	15,1	4,6
Intento dejar unos comentarios constructivos en cada <i>fanfics</i> que comento	20,6	10,9
Solo comento los <i>fanfics</i> de mis conocidos	4,8	4,0
No suelo dejar comentarios en ningún <i>fanfic</i>	43,7	46,3
Si algún <i>fanfics</i> no me gusta, le digo al escritor la razón	5,4	5,1
Aunque no comente, siempre intento dejar una felicitación, <i>kudo</i> , me gusta... a los <i>fanfic</i> que me han gustado	42,2	13,1

Fuente: elaboración propia.

3.5.4. LOS CREADORES DE *FANART*

Los creadores de *fanart*, al igual que los escritores de *fanfic* (de los que ya hemos hablado), son dos tipos de fans muy valorados en el *fandom* gracias a sus trabajos artísticos. El *fanart* se mueve por Internet en la actualidad bastante libremente, y muchas veces no hay necesidad de ir a buscarlo a un lugar específico. Puede aparecer sin mucha dificultad en cualquier red social, así que puede ser con facilidad la primera toma de contacto con un nuevo *fandom*.

A lo largo de las siguientes páginas vamos a hablar y a conocer un poco mejor a estos creadores.

Tabla 103. Fans que crean *fanart*

¿Haces o has hecho <i>fanart</i> ?	Porcentaje	Frecuencia
Sí	22,3	537
No	77,3	1861
NC	0,3	8
N	100,0	2406

Fuente: elaboración propia.

En primer lugar diremos, que esta actividad es desarrollada por el 22 % de los fans encuestados, un 9 % menos que la escritura de *fanfic*, con lo que es la segunda actividad creadora más importante dentro del *fandom*.

Nuestra muestra objetiva es de 537 personas.

Tabla 104. Fans que crean *fanart* según género

¿Haces o has hecho <i>fanart</i> ?	Mujeres	Hombres
Sí	26,2	14,8
No	73,5	84,8
NC	0,3	0,4
N	100,0	100,0

Fuente: elaboración propia.

A la hora de dividir esta actividad por género, la realizan el 26 % de las mujeres fans encuestadas (415), frente al 15 % de los hombres fans encuestados (121). Aunque es una actividad desarrollada, también en mayor medida, por las mujeres fans, no lo es en un grado tan alto como la escritura de *fanfic*.

A. DATOS DEMOGRÁFICOS DE LOS LECTORES DE *FANART*.

Más de la mitad de los fans creadores están en la franja de edad de entre 19 y 28 años (recordemos que esta también era la franja más seguida entre los fans en general, aunque en este caso no llegaban a la mitad de los encuestados). La tendencia es que los fans creadores sean un poquito más jóvenes que los fans en general. No hay cambios muy bruscos, pero sí es cierto que el 6 % de los fans que pierden representación entre los creadores en la franja de 29 a 34 años lo recuperan en la franja de 24 a 28.

Tabla 105. Edad de los creadores de *fanart* en comparación con los fans en general

Edad	Creadores de <i>fanart</i>	Fans en general
13 años o menos	0,9	0,7
De 14 años a 18 años	14,2	12,5
De 19 años a 23 años	26,8	26,2
De 24 años a 28 años	26,1	20,6
De 29 años a 33 años	14,5	15,8
De 34 años a 43 años	14,5	18,8
De 44 años a 53 años	2,2	3,7
Más de 54 años	0,4	0,7
NC	0,4	0,9
N	100,0	100,0

Fuente: elaboración propia.

Algo reseñable es que sigue habiendo representantes en la franja de más 54 años, aunque en menor medida que con los fans en general.

Tabla 106. Edad de los creadores de *fanart* según género

Edad	Mujeres	Hombres
13 años o menos	0,5	2,5
De 14 años a 18 años	14,5	13,2
De 19 años a 23 años	28,2	21,5
De 24 años a 28 años	28,7	17,4
De 29 años a 33 años	14,7	14,0
De 34 años a 43 años	11,3	25,6
De 44 años a 53 años	1,4	5,0
Más de 54 años	0,5	0,0
NC	0,2	0,8
N	100,0	100,0

Fuente: elaboración propia

Con respecto a las creadoras de *fanart* mujeres y los creadores hombres, las mujeres suelen ser más jóvenes que los hombres, y además se aglutinan más en un rango de edad

específico. Casi un 57 % de las mujeres creadoras, bastantes más de la mitad, se encuentran entre los 19 y 28 años. En esa franja de edad no encontramos ni al 40 % de los creadores hombres, aunque también es el rango de edad más seguido.

Una diferencia muy significativa la encontramos en el rango de edad de entre 34 y 43 años, en la que hay más de un cuarto de los creadores masculinos y solo un 11 % de las femeninas.

Si nos ponemos a hablar de nacionalidades, no se puede obviar que, lógicamente, teniendo en cuenta los datos totales, la mayor parte de los fans y, por lo tanto, de los fans creadores son españoles. Pero, como también pasaba en otros apartados, el número de fans creadores suele aumentar en sus porcentajes en otros países. Por ejemplo, en Chile casi dobla su representación con respecto a los fans en general.

Tabla 107. Nacionalidad de los creadores de *fanart* en comparación con los fans en general

Nacionalidad	Creadores de <i>fanart</i>	Fans en general
España	76,7	81,3
México	7,3	5,7
Argentina	4,7	4,3
Chile	3,0	1,8
Venezuela	1,7	1,6
Costa Rica	0,4	0,4
Colombia	1,5	1,8
Perú	0,7	0,7
Uruguay	0,9	0,7
Resto de países hispanohablantes	2,3	1,3
Otros países no hispanohablantes	0,9	0,3
NC	0	0,1
N	100,0	100,0

Fuente: elaboración propia.

Como en apartados anteriores, hablando también de la nacionalidad de los encuestados, es mayor el tanto por ciento de mujeres de países hispanohablantes que se dedican a crear *fanart* que el de hombres y así al revés con los fans españoles, pero en un nivel bastante menor que en el caso de, por ejemplo, los y las escritoras de *fanfiction*.

Tabla 108. Nacionalidad de los creadores de *fanart* según género

Nacionalidad	Mujeres	Hombres
España	74,9	82,6
México	7,2	7,4
Argentina	5,1	3,3
Chile	2,9	3,3
Venezuela	1,9	0,8
Costa Rica	0,5	0,0
Colombia	1,9	0,0
Perú	1,0	0,0
Uruguay	1,2	0,0
Resto de países hispanohablantes	2,1	2,4
Otros países no hispanohablantes	1,2	0
NC	0,0	0,0
N	100	100

Fuente: elaboración propia.

La diferencia entre los estudios terminados por los creadores de *fanart* en comparación con los de los fans en general es muy poco significativa. Casi el 30 % tienen terminados estudios universitarios y casi una cuarta parte de ellos tienen ya un título de educación preuniversitaria.

Tabla 109. Últimos estudios finalizados de los creadores de *fanart* en comparación con los fans en general

Estudios finalizados	Creadores de <i>fanart</i>	Fans en general
Educación primaria	2,2	2,3
Educación secundaria	16,2	14,1
Educación preuniversitaria	24,4	22,9
Formación profesional	12,7	13,1
Educación universitaria	29,2	31,1
Postgrados, doctorados, masters	15,3	16,4
NC	0,3	0,1
N	100,0	100,0

Fuente: elaboración propia.

También es apenas significativa la diferencia entre las titulaciones académicas obtenidas tanto por hombres como por mujeres creadoras de *fanart*, incluso desaparece la distancia que hemos visto en otros apartados en relación a la formación profesional. No llega a haber ni un 3 % de diferencia entre los estudios terminados por las y los creadores.

Tabla 110. Ocupación de los creadores de *fanart* en comparación con los fans en general

¿Qué haces en la actualidad?	Creadores de <i>fanart</i>	Fans en general
Estoy trabajando	23,1	31,5
Estoy buscando trabajo	7,6	8,6
Estoy intentado montar mi propio negocio	2,6	1,2
Estoy a cargo de la casa, los hijos o personas enfermas	1,7	1,1
Estoy jubilado	0,2	0,3
Estoy cursando estudios inmediatamente superiores a mi última titulación	25,9	24,3
Estoy estudiando idiomas	2,4	2,5
Estoy estudiando algo relacionado con la informática: programación, diseño gráfico, creación de páginas web	2,4	1,9
Estoy estudiando (otra opción no nombrada en la encuesta) o estoy estudiando una mezcla de lo nombrado en la encuesta	10,4	12,7
Estoy buscando trabajo. Estoy estudiando	6,1	4,5
Estoy trabajando, Estoy estudiando	6,9	4,8
Otras opciones y diversas combinaciones	10,1	6,3
NC	0,6	0,4
N	100,0	100,0

Fuente: elaboración propia.

Si nos ponemos a hablar de aquello que hacen en la actualidad, el 26 % de los creadores de *fanart* encuestados están cursando estudios inmediatamente superiores a su última titulación y el 23 % están trabajando, un tanto por ciento bastante menor, en este apartado, que el de fans en general, que trabajaban en un 32 % de las ocasiones.

Tabla 111. Ocupación de los creadores de *fanart* según género

¿Qué haces en la actualidad?	Mujeres	Hombres
Estoy trabajando	21,7	28,1
Estoy buscando trabajo	7,7	7,4
Estoy intentado montar mi propio negocio	2,2	4,1
Estoy a cargo de la casa, los hijos o personas enfermas	2,2	0,0
Estoy jubilado	0,2	0,0
Estoy cursando estudios inmediatamente superiores a mi última titulación	26,7	23,1
Estoy estudiando idiomas	2,2	3,3
Esto estudiando algo relacionado con la informática: programación, diseño gráfico, creación de páginas web	1,9	4,1
Estoy estudiando (otra opción no nombrada en la encuesta) o estoy estudiando una mezcla de lo nombrado en la encuesta	12,0	4,1
Estoy buscando trabajo. Estoy estudiando	6,7	4,1
Estoy trabajando, Estoy estudiando	6,3	9,1
Otras opciones y diversas combinaciones	9,6	11,6
NC	0,5	0,8
N	100	100,0

Fuente: elaboración propia.

En el caso de los hombres, un 28 % de ellos está trabajando y un 23 % cursando estudios inmediatamente superiores a su última titulación. En el caso de las mujeres, los puestos se invierten, un 27 % está cursando estudios inmediatamente superiores a su última titulación y un 22 % está trabajando. El resto de las diferencias no son excesivamente significativas, ya que no varían ni en un 3 %, excepto en el apartado «Estoy estudiando (otra opción no nombrada en la encuesta) o estoy estudiando una mezcla de lo nombrado en la encuesta» en el que se desmarcan las creadoras de *fanart*, ya que fue una opción elegida por el 12 % de ellas, frente al 4 % de ellos.

Sin embargo, este apartado sigue la tónica general que hemos visto en otros epígrafes: ellas están estudiando en un tanto por ciento mayor y ellos están trabajando, también, en un tanto por cierto mayor. Lo cual no es de extrañar, por la edad superior de ellos y por la tónica general de la sociedad.

Tabla 112. Los años que llevan los creadores de *fanart* siendo fans en comparación con los fans en general

¿Cuántos años llevan los creadores de <i>fanart</i> formando parte del mundo de los fans?	Creadores de <i>fanart</i>	Fans en general
Menos de 5 años	10,1	11,9
De 6 a 10 años	30,2	30,5
De 11 a 15 años	24,8	21,5
De 16 a 20 años	19,6	16,2
Más de 21 años	9,1	12,8
Otras respuestas	4,5	4,5
NC	1,9	2,6
N	100,0	100,0

Fuente: elaboración propia.

Más de la mitad de los creadores de *fanart* encuestados llevan entre 6 y 15 años formando parte del *fandom*. También es esta la franja de edad más seguida entre los fans en general, pero a un nivel un poco menor. Por otro lado, el tanto por ciento de creadores de *fanart* que llevan menos de 5 años y más de 21 años en el *fandom* es menor que en el caso de los fans en general.

Casi el 60 % de las creadoras de *fanart* encuestadas llevan dentro del *fandom* de 6 a 15 años. En esa misma franja de edad solo se encuentran algo menos del 40 % de los fans creadores masculinos, que han estado, en comparación, muchos más años formando parte del *fandom*. De hecho, el 22 % lleva más de 21 años siendo fan, cuando el tanto por ciento en esa franja de edad en el apartado de mujeres, es apenas de un 5 %.

Tabla 113. Los años que llevan los creadores de *fanart* siendo fans según género

¿Cuántos años llevan los escritores de <i>fanfic</i> formando parte del mundo de los fans?	Mujeres	Hombres
Menos de 5 años	11,1	6,6
De 6 a 10 años	31,8	24,0
De 11 a 15 años	27,5	15,7
De 16 a 20 años	18,6	23,1
Más de 21 años	5,3	22,3
Otras respuestas	4,1	5,8
NC	1,7	2,5
N	100,0	100,0

Fuente: elaboración propia.

B. PRODUCTOS CULTURALES MÁS SEGUIDOS POR LOS CREADORES DE *FANART*

Como en el resto de los apartados, a la hora de tratar el producto cultural por el que principalmente entran los fans en el mundo de los fans, la mayor parte de los creadores de *fanart* entran en el mundo de los fans a través de las series de televisión (casi la mitad de ellos). Un porcentaje un poco mayor que el de los fans en general y un poco más grande, casi un 5 %, que el de los escritores de *fanfiction*.

Tabla 114. Principalmente a través de qué producto cultural se hacen fans los creadores de *fanart* encuestados en comparación con los fans en general

Producto cultural a través del cual te haces fan	Creadores de <i>fanart</i>	Fans en general
Series de televisión	49,2	48,3
Libros	18,2	21,7
Películas	7,1	11,3
Cómics	8,2	6,6
Videojuegos	7,3	6,0
Otros	2,9	2,2
Varios	2,4	1,9
Todas	4,7	1,9
NC	0,2	0,1
N	100,0	100,0

Fuente: elaboración propia.

En segundo lugar, nos encontramos de nuevo con los libros: en un 18 %, tanto por ciento menor que en el caso de los fans en general, 22 %, y mucho menor que en el caso de los escritores, un 27 %.

A partir de aquí, el top cinco cambia, cosa que no había pasado claramente en otros apartados. Los creadores de *fanart* entran en el *fandom* en tercer lugar a través de los

cómics, en un 8 %, y de los videojuegos y las películas en un 7 %. Las películas pierden un 4 % de afinidad frente a los fans en general, que es recibido por las otras dos categorías.

Tabla 115. Principalmente a través de qué producto cultural se hacen fans los creadores de *fanart* encuestados según género

Producto cultural a través del cual te haces fan	Mujeres	Hombres
Series de televisión	53,0	35,5
Libros	21,0	9,1
Películas	5,5	12,4
Cómics	6,0	15,7
Videojuegos	5,1	14,9
Otros	3,1	1,6
Varios	2,9	0,8
Todas	3,1	9,9
NC	0,2	0,0
N	100,0	100,0

Fuente: elaboración propia.

Como también hemos visto en otros apartados, en esta misma pregunta, son las mujeres las que realmente entran en el mundo del *fandom* a través de las series de televisión en un porcentaje muy alto (en este caso en más de la mitad de los casos), lo que relega la segunda posición para los libros, en un tanto por cierto también bastante alto (en este caso, un 21 %) y deja las películas, los cómics y los videojuegos en una tercera, cuarta y quinta posición muy alejadas. En el caso de los hombres, los tanto por cientos están mucho más repartidos.

En esta ocasión el producto cultural que se queda más atrás en el caso de los hombres son los libros. Siendo un 9 % de los creadores de *fanfic* los que entran en el *fandom* a través de este producto, es la última opción elegida. Antes nos encontramos con las series de televisión en más de 1/3 de los casos, seguidas por los cómics, los videojuegos y las películas.

Imbatible y en primer lugar sigue el universo que rodea al personaje de Harry Potter como favorito de los creadores de *fanart*. Un 42,6 % de los fans se consideran seguidores de este personaje, un poco más que los fans en general. A continuación está el universo Marvel, siempre en segundo lugar, y luego el universo *Star Wars*, que, aunque pierde un poco sobre los fans en general, sigue en tercer lugar en el top tres general. Sin embargo, ahí acaban las similitudes claras.

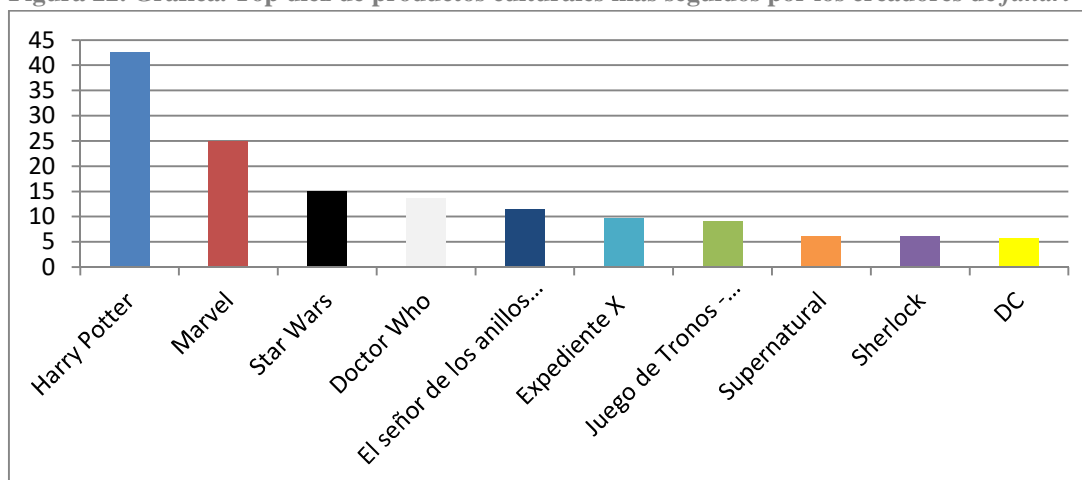
Tabla 116. Productos, personajes o universos de los que son más fans los fans en general y los creadores de *fanart* en particular

¿De qué eres o has sido fan?	Creadores de <i>fanart</i>	Fans en general
Harry Potter	42,6	41,0
Marvel	25,0	25,5
<i>Star Wars</i>	14,9	16,4
<i>Juego de Tronos - Canción de hielo y fuego</i>	9,1	13,3
<i>El Señor de los Anillos</i>	11,4	12,8
<i>Expediente X</i>	9,7	8,7
<i>Doctor Who</i>	13,6	8,6
DC	5,8	6,6
<i>Los juegos del hambre</i>	2,2	6,3
<i>Sherlock</i>	6,0	4,7

Fuente: elaboración propia.

El top diez es diferente al que veíamos con los fans en general. Historias como la contada en la saga de libros *Los juegos del hambre*, desaparece de la lista y la serie *Doctor Who* se posiciona en cuarto lugar, con lo que relega a universos tan potentes como el de *Juego de Tronos* o *El Señor de los Anillos*. La serie *Supernatural* entra en la lista, como ya pasaba en la de gustos predilectos de los escritores de *fanfic*.

Figura 22. Gráfica. Top diez de productos culturales más seguidos por los creadores de *fanart*



Fuente: elaboración propia.

Como ya hemos visto en otros apartados, los productos estrellas de hombres y mujeres suelen ser parecidos, pero en un orden muy diferente. Harry Potter se aleja del primer puesto de productos admirados entre las creadores de *fanart*, cayendo a un tercer puesto en el caso de los chicos, mientras que entran y salen productos en el top diez de ambos listados.

Tabla 117. Comparativa de productos, personajes o universos de los que son más fans los fans en general y creadores de *fanart* según género

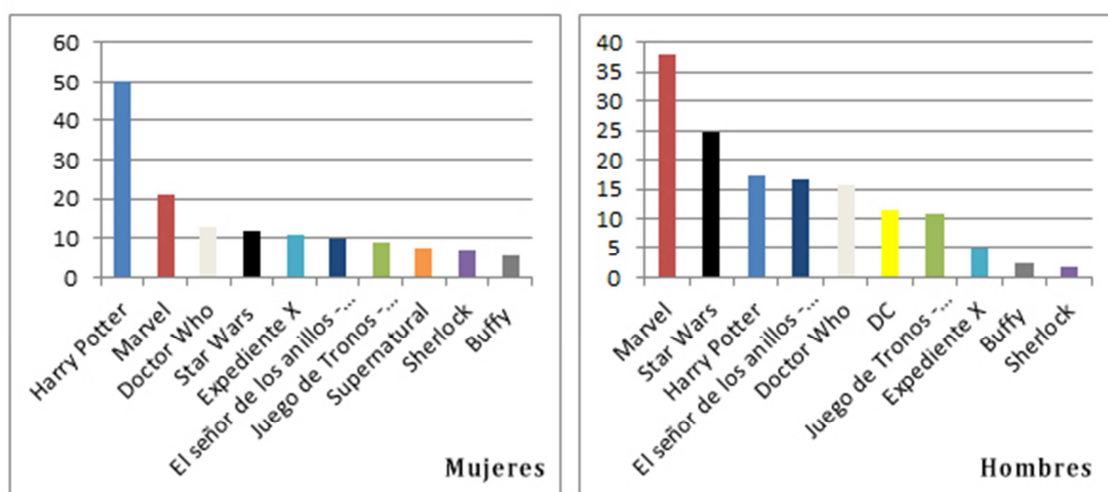
¿De qué eres o has sido fan?	Mujeres		Hombres	
	Creadoras de <i>fanart</i>	Fans en general	Creadoras de <i>fanart</i>	Fans en general
Harry Potter	50,1	52,3	17,4	19,4
Marvel	21,2	22,8	38,0	30,9
<i>Star Wars</i>	12,0	10,8	24,8	27,4
<i>Juego de Tronos - Canción de hielo y fuego</i>	8,7	11,7	10,7	16,7
<i>El Señor de los Anillos</i>	9,9	10,2	16,5	17,8
<i>Expediente X</i>	11,1	10,6	5,0	5,0
<i>Doctor Who</i>	13,0	9,1	15,7	7,5
DC	4,1	5,1	11,6	9,4
<i>Los juegos del hambre</i>	2,7	8,8	0,8	1,5
Sherlock Holmes	7,2	6,0	1,7	2,1

Fuente: elaboración propia.

Los productos más seguidos por las féminas son Harry Potter (para la mitad de ellas), seguido de lejos por el universo Marvel y por la serie *Doctor Who*. En el caso de los chicos el producto más seguido es el universo Marvel (casi un 40 %), seguido por *Star Wars* y Harry Potter.

En ambos casos, *Buffy*, *cazavampiros* entra entre los productos más seguidos entre los creadores de *fanart*, tanto hombres como mujeres. Pero DC sale de la lista en el caso de las mujeres y es sustituida por la serie *Supernatural*.

Figura 23. Gráficas. Top diez de productos culturales más seguidos por las creadores de *fanart* según género



Fuente: elaboración propia.

C. EL FANDOM DE LOS CREADORES DE FANART

Como era de suponer, la sensación de pertenencia a un *fandom* de los creadores de *fanart* es superior a la que tienen los fans en general. En este caso, un 82 % de ellos, lo que significa casi un 20 % más que los fans en general. Pero se identifican menos como parte de la comunidad que los escritores de *fanfic*, que se consideran en más de un 10 % mas parte del *fandom*.

Tabla 118. Creadores de *fanart* que se consideran o se han considerado parte del *fandom* en comparación con los fans en general

Identificación como miembros del <i>fandom</i>	Creadores de <i>fanart</i>	Fans en general
Sí	81,8	64,2
No	18,1	35,6
NC	0,2	0,2
N	100,0	100,0

Fuente: elaboración propia

En el cruce por género hemos recibido resultados parecidos a otros apartados: son las mujeres creadoras de *fanart* las que se sienten más parte de la comunidad de fans, casi 90 % de ellas, frente a algo menos de un 60 % de ellos.

Tabla 119. Creadores de *fanart* que se consideran o se han considerado parte del *fandom* según género

Identificación como miembros del <i>fandom</i>	Mujeres	Hombres
Sí	88,4	58,7
No	11,3	41,3
NC	0,2	0,0
N	100,0	100,0

Fuente: elaboración propia.

Al hablar sobre las premisas actuales sobre el *fanart*, que viven sus creadores en la actualidad, nos encontramos nada más comenzar con que un 43 % de los creadores de *fanart*, en el momento de la realización de la encuesta, no estaban haciendo *fanart*, pero sí lo habían hecho en el pasado y lo pueden estar realizando en la actualidad. Los *fanart* más realizados son, en un 40 % de los casos, ilustraciones, mientras que un 23 % se centra en la manipulación de imágenes y solo un 7 % dice utilizar otra técnica diferente.

Con respecto a si este *fanart* está dentro o fuera de *canon*, ganan por un 14 % los que realizan obras dentro del *canon*, pero se puede entender, aunque tal vez es aventurarse demasiado, que estos porcentajes (un 37 % para *canon* y un 24 % para fuera de *canon*)

sean tan escasos porque la mayoría de los creadores pueden intercalar obras *canon* con fuera de *canon*.

Tabla 120. Afirmaciones que más representan al creador de *fanart*

Opciones que más te representen	Creadores
En la actualidad no hago <i>fanart</i>	43,4
No publico <i>fanart</i>	28,9
Tengo bastante <i>fanart</i> sin publicar	23,1
Aprendí a manejar Adobe Photoshop, Gimp o cualquier otro programa de manipulación fotográfica para poder hacer manipulaciones y <i>gifs</i> sobre lo que soy fan	29,4
He hecho <i>fanart</i> en mis clases de dibujo	19,2
Nunca he recibido clases de dibujo o ilustración, soy autodidacta	43,8
Soy diseñadora gráfica	9,3
Soy ilustradora	9,3
Pregunto y comparto técnicas con otros creadores de <i>fanart</i>	9,1
He realizado tutoriales con mis conocimientos para poderlos compartir con el <i>fandom</i>	5,6
Mi <i>fanart</i> se centra en la manipulación de imágenes	23,1
Mi <i>fanart</i> se centra en la ilustración	39,9
Mi <i>fanart</i> se centra en otra técnica diferente a las nombradas con anterioridad	6,7
Mi <i>fanart</i> está dentro del <i>canon</i> (retratos, representaciones de escenas...)	36,9
Mi <i>fanart</i> representa historias fuera del <i>canon</i> (universos alternativos, situaciones alternativas...)	23,6

Fuente: elaboración propia.

Al centrarnos en el tema de la formación, nos encontramos con un tanto por ciento muy pequeño de profesionales, menos de un 10 % son ilustradores o diseñadores y algo menos de la mitad no ha recibido clases de ningún tipo, así que es autodidacta. De hecho, casi un 30 % afirma que aprendió a manejar Adobe Photoshop, Gimp o cualquier otro programa de manipulación fotográfica para poder hacer manipulaciones y *gifs* sobre lo que es fan. Eso sí, solo un 10 % comparte técnicas con otros creadores y apenas un 6 % hace tutoriales para ayudar a otros creadores. Lo que aleja un poco la colaboración en esta actividad en particular.

Cuando nos ponemos a diferenciar por géneros, nos encontramos con que, en el momento en el que se realizó la encuesta, un 10 % más de hombres habían dejado de hacer *fanart*, siendo la mitad de los encuestados.

Al hablar del tipo de *fanart* que hacen, el tanto por ciento que hace ilustraciones es muy similar, ronda el 40 % tanto en hombres como mujeres. Sí hay una buena diferencia en el tema de manipulación de imágenes: un 26 % de las féminas, frente a un 15 % de los hombres. Con respecto al tema *canon*, tanto en el caso de estar dentro de *canon* como

fuera, hay más mujeres, lo que –como ya dijimos– simplemente puede tener que ver con el hecho de que hagan de ambos tipos.

Al centrarnos en el tema de la formación, los datos son muy parecidos: pocos ilustradores o diseñadores profesionales. Por otro lado, alrededor de un 44 % en ambos sexos se considera autodidacta y, con respecto a la afirmación de haber aprendido un programa de edición fotográfica para poder hacer *manips* y *gifs* sobre lo que son fan, las mujeres lo dicen en un 31 % frente a un 23 % de los hombres. Aunque, también es cierto que ellas se dedican en un grado más amplio a la manipulación de imágenes. En el apartado en el que sí hay una diferencia muy significativa, aunque sea en valores pequeños, es en el de realización de tutoriales. En el apartado anterior de fans en general apenas llegaba a un 6 %, pero al dividirlo por sexos, un 7 % de las creadoras mujeres de *fanart* hacen tutoriales para compartir sus conocimientos frente a un 1 % de ellos.

Tabla 121. Afirmaciones que más representan al creador de *fanart* según género

Opciones que más te representen	Mujeres	Hombres
En la actualidad no hago <i>fanart</i>	41,4	50,4
No publico <i>fanart</i>	28,9	28,9
Tengo bastante <i>fanart</i> sin publicar	25,3	14,9
Aprendí a manejar Adobe Photoshop, Gimp o cualquier otro programa de manipulación fotográfica para poder hacer manipulaciones y <i>gifs</i> sobre lo que soy fan	31,3	23,1
He hecho <i>fanart</i> en mis clases de dibujo	20,0	16,5
Nunca he recibido clases de dibujo o ilustración, soy autodidacta	43,4	44,6
Soy diseñadora gráfica	9,4	9,1
Soy ilustradora	9,9	7,4
Pregunto y comparto técnicas con otros creadores de <i>fanart</i>	9,6	7,4
He realizado tutoriales con mis conocimientos para poderlos compartir con el <i>fandom</i>	7,0	0,8
Mi <i>fanart</i> se centra en la manipulación de imágenes	25,5	14,9
Mi <i>fanart</i> se centra en la ilustración	40,5	37,2
Mi <i>fanart</i> se centra en otra técnica diferente a las nombradas con anterioridad	6,7	6,6
Mi <i>fanart</i> está dentro del <i>canon</i> (retratos, representaciones de escenas...)	41,0	22,3
Mi <i>fanart</i> representa historias fuera del <i>canon</i> (universos alternativos, situaciones alternativas...)	26,5	13,2

Fuente: elaboración propia.

D. LAS ACTIVIDADES REALIZADAS POR LOS CREADORES DE *FANART*

Como ya pasaba con los escritores de *fanfic*, lo primero que parece quedar patente, es que los creadores de *fanart*, como creadores de contenidos, ya están más dispuestos a crear otro tipo de contenidos y a participar más activamente en el *fandom*.

Tabla 122. Actividades que realizan los creadores de *fanart* dentro del *fandom*, aparte de crear *fanart* en comparación con los fans en general

Actividades	Creadores	Fans en general
Buscar y disfrutar del <i>fanart</i>	85,8	61,8
Consumir <i>merchandising</i>	81,8	70,0
Comentar en Twitter u otras redes sociales	80,4	71,4
Leer <i>recaps</i> , <i>review</i> o resúmenes	68,5	61,9
Usar <i>fansub</i>	67,6	63,3
Navegar en las páginas oficiales	66,9	60,2
Leer <i>fanfiction</i>	60,0	48,1
Buscar y disfrutar de los vídeos hechos por los fans	55,3	43,3
Escribir <i>fanfiction</i>	52,0	22,3
Ir a expos y convenciones oficiales	43,9	31,7
Jugar a rol (<i>online</i> u <i>offline</i>)	40,8	31,0
Comentar en grupos de whatsapp	37,6	27,9
Crear webs, blogs o microblogging	36,3	19,5
Buscar <i>spoilers</i>	35,4	29,6
Ir a <i>kedadas</i> con otros fans	34,5	21,1
Practicar <i>cosplay</i>	33,5	16,5
Tener y jugar con los juegos de mesa y videojuegos oficiales	30,0	24,4
Participar en visionados en grupo	28,9	22,0
Leer <i>scanlations</i>	28,3	18,9
Ser <i>beta reader</i>	27,2	16,7
Moderar comunidades <i>online</i>	26,1	13,7
Crear <i>vidding</i>	25,1	12,6
Crear <i>recaps</i> , <i>review</i> o resúmenes, textuales, fotográficos, infográficos o en vídeo	23,6	13,9
Leer <i>fanzines</i>	22,7	14,2
Consumir <i>fandub</i>	21,0	15,2
Leer <i>dōjinshi</i>	20,5	12,2
Ver <i>fanfilm</i>	12,7	7,9
Participar en lecturas en grupo	12,3	8,1
Crear subtítulos	12,1	8,0
Escuchar música <i>filk</i>	11,5	7,2
Organizar <i>kedadas</i> con otros fans	11,4	6,3
Crear juegos	9,5	4,3
Crear <i>fanzines</i>	8,8	3,7
Crear y mantener un canal de YouTube	7,6	3,8
Crear un podcast	4,1	3,1
Hacer <i>scanlations</i>	3,4	1,8
Hacer <i>fanfilm</i>	3,2	1,3
Hacer <i>fandub</i>	2,8	1,2
Escribir y cantar música <i>filk</i> (canciones escritas por fans sobre el <i>fandom</i>)	2,4	1,3
Hacer <i>dōjinshi</i>	1,9	0,4

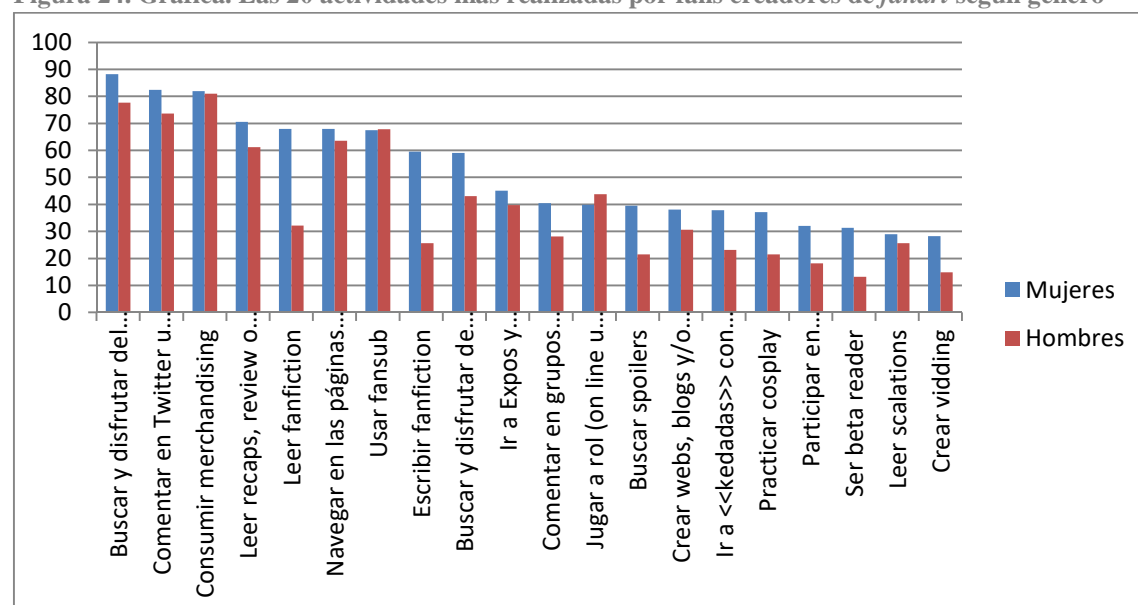
Fuente: elaboración propia.

Como era de esperar, lo que más hacen los creadores de *fanart* es buscar y disfrutar de más *fanart*. Son buenos consumidores de *merchandising* y, cómo no, comentan en Twitter y otras redes sociales aquello de lo que son fans. Lo cierto es que el top diez no cambia demasiado con respecto al de fans en general, solo que lo hacen en un porcentaje superior. Eso sí, más de la mitad de los creadores de *fanart* también escriben *fanfic*, mientras que el tanto por ciento de escritores de *fanfic* entre los fans en general era un poco más de un sexto de los encuestados.

En general, en casi todas las actividades hay más participación femenina que masculina. Ganan los hombres en participación en usar *fansub* (en apenas tres décimas), jugar a rol (en un 4 %), juegos de mesa y videojuegos (un 11 %), leer *fanzine* (no llega a un 4 %), tener y mantener un canal de YouTube (casi un 3 %) y la creación de podcasts (en algo más de un 5 %). Tantos por cientos bastante menores y teniendo en cuenta que la participación masculina en la encuesta ha sido menor, realmente no podemos decir que la representación sea mucho mayor.

Con respecto a en cuáles temas destaca la representación femenina, reiteramos que, sobre todo, es en las actividades relacionadas con el *fanfic*: son escritoras de *fanfic* en más del doble de los casos que ellos, lectoras en más de un tercio y *betas* en casi un 15 % más. También estas creadoras de *fanart* se desmarcan como mucho más buscadoras de *spoilers* o mucho más amantes del *cosplay*.

Figura 24. Gráfica. Las 20 actividades más realizadas por fans creadores de *fanart* según género



Fuente: elaboración propia.

Tabla 123. Actividades que realizan los creadores de *fanart* dentro del *fandom*, según género

Actividades	Mujeres	Hombres
Buscar y disfrutar del <i>fanart</i>	88,2	77,7
Comentar en Twitter u otras redes sociales	82,4	73,6
Consumir <i>merchandising</i>	81,9	81,0
Leer <i>recaps</i> , <i>review</i> o resúmenes	70,6	61,2
Leer <i>fanfiction</i>	68,0	32,2
Navegar en las páginas oficiales	68,0	63,6
Usar <i>fansub</i>	67,5	67,8
Escribir <i>fanfiction</i>	59,5	25,6
Buscar y disfrutar de los vídeos hechos por los fans	59,0	43,0
Ir a expos y convenciones oficiales	45,1	39,7
Comentar en grupos de whatsapp	40,5	28,1
Jugar a rol (<i>online</i> u <i>offline</i>)	39,8	43,8
Buscar <i>spoilers</i>	39,5	21,5
Crear webs, blogs o microblogging	38,1	30,6
Ir a <i>kedadas</i> con otros fans	37,8	23,1
Practicar <i>cosplay</i>	37,1	21,5
Participar en visionados en grupo	32,0	18,2
Ser <i>beta reader</i>	31,3	13,2
Leer <i>scanlations</i>	28,9	25,6
Crear <i>vidding</i>	28,2	14,9
Moderar comunidades <i>online</i>	27,5	21,5
Tener y jugar con los juegos de mesa y videojuegos oficiales	27,5	38,8
Crear <i>recaps</i> , <i>review</i> o resúmenes, textuales, fotográficos, infográficos o en vídeo	24,1	22,3
Leer <i>dōjinshi</i>	23,1	11,6
Consumir <i>fandub</i>	22,2	16,5
Leer <i>fanzines</i>	21,9	25,6
Participar en lecturas en grupo	14,2	5,8
Ver <i>fanfilm</i>	12,8	12,4
Escuchar música <i>filk</i>	12,5	8,3
Crear subtítulos	12,5	10,7
Organizar <i>kedadas</i> con otros fans	11,6	10,7
Crear juegos	8,9	11,6
Crear <i>fanzines</i>	7,7	12,4
Crear y mantener un canal de YouTube	7,0	9,9
Hacer <i>fanfilm</i>	3,6	1,7
Hacer <i>scanlations</i>	3,4	3,3
Hacer <i>fandub</i>	3,1	1,7
Crear un podcast	2,9	8,3
Escribir y cantar música <i>filk</i>	2,9	0,8
Hacer <i>dōjinshi</i>	2,4	0,0

Fuente: elaboración propia.

LOS CREADORES DE FANART COMO FANS DEL FANART

Este apartado, el de fans del *fanart*, como ya ampliaremos un poco más adelante, no fue del todo bien acogido en el *feedback* recibido al exponer la encuesta al público. La pregunta que planteábamos, «¿Te gusta el *fanart*? ¿Buscas *fanart*?» pareció un poco confusa y los encuestados (un tanto por ciento muy pequeño fue quien nos hizo llegar la duda) entendían que una cosa era que les gustará el *fanart* y otra que lo buscarán. Aun así, vamos a tenerla en cuenta, como representación de amantes del *fanart*: en este caso, creadores de *fanart* que también buscan y disfrutan del trabajo hecho por sus compañeros.

Dicho lo cual, el 85,8 % de los creadores de *fanart* reconoce que disfruta del trabajo de sus compañeros fans creadores. Como era de prever, un tanto por ciento muy superior al de fans en general. Aunque siempre en estos casos nos llama la atención el que haya un tanto por ciento relevante que no disfrute con otras creaciones del mismo estilo al que ellos realizan.

En el caso de los hombres, hay más de un 20 % de ellos que no parecen tener excesivo interés por el *fanart* que hacen otros, mientras que un 77,7 % sí están interesados. En el caso de las mujeres, el desinterés por el *fanart* ajeno se reduce a un 12 %, ya que les gusta y lo disfrutan un 88,2 %.

En todo caso, los creadores de *fanart* resultan estar mucho más interesados en el *fanart* de otros que sus homólogos en el mundo del *fanfiction*, sobre todo, en el caso de los hombres, porque en las mujeres el porcentaje es parecido.

Tabla 124. Actitudes de los creadores de *fanart* sobre el *feedback* con otros creadores

Opciones que más te representen	Creadores de <i>fanart</i>
Comento los <i>fanart</i> que me gustan	24,9
Cuando entro en un nuevo <i>fandom</i> busco <i>fanart</i>	50,5
Reblogo, retuiteo... los <i>fanart</i> que me gustan	48,2
Sigo a mis autores de <i>fanart</i> favoritos en al menos una red social	45,6

Fuente: elaboración propia.

De los creadores de *fanart* amantes del *fanart*, más del 50 % dice que al entrar en un nuevo *fandom* busca *fanart* sobre él, algo menos de la mitad dice que retwittea o comparte ese *fanart* y un 46 % sigue a sus autores de *fanart* favoritos en al menos una red social. Pero eso sí, solo un cuarto de ellos los comenta.

Tabla 125. Actitudes de los creadores de *fanart* sobre el *feedback* con otros creadores según género

Opciones que más te representen	Mujer	Hombre
Comento los <i>fanart</i> que me gustan	25,1	23,4
Cuando entro en un nuevo <i>fandom</i> busco <i>fanart</i>	54,6	34,0
Reblogueo, retuiteo... los <i>fanart</i> que me gustan	51,6	34,0
Sigo a mis autores de <i>fanart</i> favoritos en al menos una red socia	48,1	35,1

Fuente: elaboración propia.

Al comparar la actitud entre hombres y mujeres creadores de *fanart* con respecto al *fanart* de otros, las diferencias sí que son bastante marcadas. Un 20 % más de las mujeres busca *fanart* al entrar en un nuevo *fandom* y algo menos comparte dicho *fanart* en comparación con sus compañeros masculino. También ellas siguen más a sus autores favoritos, en un 48 %, mientras ellos lo hacen en un 35 %. En lo que no se diferencian mucho es en el tema de comentar ese *fanart*, un 25 % ellas lo hacen frente a un 23 % de ellos.

3.5.5. LOS FANS DEL *FANART*

Como ya comentamos, esta parte de la encuesta parece ser que resultó confusa para parte de nuestros encuestados y así nos lo hicieron saber aquellos que pudieron, sobre todo, a través de Twitter.

En la encuesta se preguntaba al mismo tiempo «¿Te gusta el *fanart*? ¿Buscas *fanart*? » con la intención de que respondieran personas interesadas en el *fanart* que hacen un esfuerzo activo para encontrarlo en algún momento. Sin embargo, hubo voces que claramente diferenciaron las dos opciones, diciendo que el hecho de que algo te guste no implica que vayas a realizar el esfuerzo de buscarlo (aunque este sea pequeño).

Sea como sea, consideramos que, aún con más motivo, la gente que contestó sí a esta pregunta era porque realmente estaba interesado en el *fanart*. Así que podemos comentar que, de las 2406 personas que contestaron a la encuesta, 1488 (un 61,8 % del total) estaban interesadas y eran admiradoras habituales del *fanart*. Al dividirlo en género, demostraron su interés por este arte de fans algo más de un 68 % de las mujeres (1083) y no llega a la mitad de los hombres (401). Así que tanto en porcentajes como en miembros presentes del *fandom*, parece que son las mujeres las que más siguen de cerca el *fanart*.

A. DATOS DEMOGRÁFICOS DE FANS DE *FANART*

Para conocer un poco más a aquellos que disfrutan del *fanart*, vamos a hablar un poco de sus datos sociodemográficos, empezando por la edad.

Tabla 126. Edad de los fans de *fanart* en comparación con los fans en general

Edad	Fans del <i>fanart</i>	Fans en general
13 años o menos	0,7	0,7
De 14 años a 18 años	15,2	12,5
De 19 años a 23 años	30,8	26,2
De 24 años a 28 años	21,4	20,6
De 29 años a 33 años	14,3	15,8
De 34 años a 43 años	14,2	18,8
De 44 años a 53 años	2,4	3,7
Más de 54 años	0,2	0,7
NC	0,7	0,9
N	100,0	100,0

Fuente: elaboración propia.

Cuando hablamos de la edad, el grueso de los admiradores del *fanart* está entre los 19 y 23 años, casi un 31 % de los encuestados. Y si ampliamos el rango de edad, podemos encontrar que más de la mitad de los fans del *fanart* están entre los 19 y los 28 años. También esa es la edad en la que más fans en general hay, aunque en menor medida, no llega a la mitad de los encuestados. La media de edad de los fans en general es un poco más alta que la de los fans de *fanart* en particular.

Tabla 127. Edad de los fans de *fanart* según género

Edad	Mujeres	Hombres
13 años o menos	0,6	1,2
De 14 años a 18 años	16,3	12,0
De 19 años a 23 años	32,4	26,2
De 24 años a 28 años	23,7	15,5
De 29 años a 33 años	13,3	17,2
De 34 años a 43 años	11,3	22,4
De 44 años a 53 años	1,6	4,7
Más de 54 años	0,2	0,2
NC	0,6	0,5
N	100,0	100,0

Fuente: elaboración propia.

Aunque a un nivel muy pequeño, es curioso ver que, en porcentaje, hay el doble de hombres que de mujeres menores de 13 años fans del *fanart*. Pero centrándonos en el grueso de la cuestión, entre los fans de 14 a 28 años hay mayor cantidad de chicas (un 72 % de ellas, frente a un 54 % de ellos), mientras que en rangos de edad menores y

mayores, son ellos los que destacan. De hecho, el 45 % de ellos tiene más de 29 años, frente a un 26 % de ellas. Lo que también demuestra que las mujeres fans de *fanart* están muy ubicadas en una franja de edad, mientras ellos perpetúan su interés a lo largo del tiempo.

Tabla 128. Nacionalidad de los fans de *fanart* en comparación con los fans en general

Nacionalidad	Fans de <i>fanart</i>	Fans en general
España	76,7	81,3
México	7,7	5,7
Argentina	4,9	4,3
Chile	2,2	1,8
Venezuela	2,3	1,6
Colombia	1,6	1,8
Perú	0,9	0,7
Uruguay	0,8	0,7
Costa Rica	0,5	0,4
Resto de países hispanohablantes	1,7	1,3
Otros países no hispanohablantes	0,5	0,3
NC	0,1	0,1
N	100,0	100,0

Fuente: elaboración propia.

Con respecto al tema nacionalidad, no hay mucha diferencia con otras secciones, ya que no hay muchas posibilidades de cambiar la clara tendencia marcada por las nacionalidades de quienes contestaron la encuesta. El porcentaje de fans españoles es muy superior, aunque en el caso de los fans del *fanart* lo son en uno menor, que en los fans en general, como también pasa con los fans de las actividades ya analizadas.

Tabla 129. Nacionalidad de los fans de *fanart* según género

Nacionalidad	Mujeres	Hombres
España	73,7	85,3
México	8,6	5,0
Argentina	5,7	2,5
Chile	2,5	1,5
Venezuela	2,6	1,5
Colombia	1,6	1,7
Perú	1,3	0,0
Uruguay	1,0	0,2
Ecuador	0,7	0,2
Costa Rica	0,6	0,5
Otros países no hispanohablantes	1,1	1,2
Otros países no hispanohablantes	0,6	0,2
NC	0,1	0,0
Totales	100,0	100,0

Fuente: elaboración propia.

Aunque los tantos por cientos no pueden ser muy grandes, por razones obvias, la tendencia de que los fans de países hispanohablantes están más involucrados, en porcentaje, que los fans españoles se mantiene. Y también se mantiene el hecho de que las mujeres de países hispanohablantes se involucran más que sus compañeros varones, o también que los hombres españoles se involucran más en el *fanart* que sus congéneres hispanohablantes. Solo en Colombia se manejan tantos por cientos parecidos con respecto al género de los fans del *fanart*.

Tabla 130. Últimos estudios finalizados de los fans de *fanart* en comparación con los fans en general

Estudios finalizados	Fans del <i>fanart</i>	Fans en general
Educación primaria	2,4	2,3
Educación secundaria	16,3	14,1
Educación preuniversitaria	26,3	22,9
Formación profesional	13,0	13,1
Educación universitaria	29,8	31,1
Postgrados, doctorados, masters	12,0	16,4
NC	0,1	0,1
Total	100,0	100,0

Fuente: elaboración propia.

Cuando hablamos del tema estudios para los fans del *fanart*, tampoco hay excesivas variantes con otras secciones. La mayor parte de los fans del *fanart*, al igual que de los fans en general, o son titulados preuniversitarios o universitarios. En este caso, casi un 30 % son titulados universitarios y algo más de 1/4 de los encuestados son titulados preuniversitarios.

Tabla 131. Últimos estudios finalizados de los fans del *fanart* según género

Estudios finalizados	Mujeres	Hombres
Educación primaria	2,3	2,7
Educación secundaria	16,5	15,7
Educación preuniversitaria	26,8	24,9
Formación profesional	11,4	17,2
Educación universitaria	30,4	28,2
Postgrados, doctorados, masters	12,5	11,0
NC	0,1	0,2
N	100,0	100,0

Fuente: elaboración propia.

Los tantos por ciento entre los últimos estudios finalizados, tanto por hombres, como por mujeres fans del *fanart*, son en general muy similares en todas las categorías, menos en la de formación profesional, donde los titulados hombres se decantan casi en un 6 %, algo menos de lo que pasaba con los lectores de *fanfiction*.

Por otro lado, tanto hombres, como mujeres, tienen el mayor grado de participación entre personas con titulación preuniversitaria.

Aunque, como en el resto de las secciones, los apartados más importantes en relación a la ocupación de los fans son «Estoy trabajando» (este caso, con 1/4 de los encuestados) y «Estoy cursando estudios inmediatamente superiores a mi última titulación» (con un 29 %), las tornas cambian con respecto a la ocupación de los fans en general. Estaban trabajando un número mayor, casi 7 puntos por encima. Aquellos que estaban cursando estudios inmediatamente superiores eran menos que en el caso de los fans del *fanart*, en algo más de un 4 %. Algo bastante normal porque, como ya dijimos, el fan del *fanart* es significativamente algo más joven que el fan en general.

Tabla 132. Ocupación de los fans de *fanart* en comparación con los fans en general

¿Qué haces en la actualidad?	Fans del <i>fanart</i>	Fans en general
Estoy trabajando	24,9	31,5
Estoy buscando trabajo	8,9	8,6
Estoy intentado montar mi propio negocio	0,9	1,2
Estoy a cargo de la casa, los hijos o personas enfermas	1,1	1,1
Estoy jubilado	0,1	0,3
Estoy cursando estudios inmediatamente superiores a mi última titulación	28,6	24,3
Estoy estudiando idiomas	2,8	2,5
Estoy estudiando algo relacionado con la informática: programación, diseño gráfico, creación de páginas web	2,2	1,9
Estoy estudiando (otra opción no nombrada en la encuesta) o estoy estudiando una mezcla de lo nombrado en la encuesta	11,0	12,7
Estoy buscando trabajo. Estoy estudiando	4,0	4,5
Estoy trabajando, Estoy estudiando	6,7	4,8
Otras opciones y diversas combinaciones	8,9	6,3
NC	0,0	0,4
Total	100,0	100,0

Fuente: elaboración propia.

Si lo cruzamos por género, también se repiten los mismos esquemas que en secciones anteriores: en el cómputo general, menos mujeres están trabajando y más están estudiando. Mientras que el tanto por ciento de hombres que trabajan y que estudian es similar, rondando en ambos casos a 1/3 de los encuestados; pero en comparación con las mujeres, hay más hombres trabajando y menos estudiando.

Tabla 133. Ocupación de los fans de *fanart* según género

¿Qué haces en la actualidad?	Mujeres	Hombres
Estoy trabajando	21,7	33,4
Estoy buscando trabajo	8,5	9,7
Estoy intentado montar mi propio negocio	0,7	1,5
Estoy a cargo de la casa, los hijos o personas enfermas	1,5	0,2
Estoy jubilado	0,1	0,0
Estoy cursando estudios inmediatamente superiores a mi última titulación	31,0	22,2
Estoy estudiando idiomas	2,9	2,5
Estoy estudiando algo relacionado con la informática: programación, diseño gráfico, creación de páginas web	1,7	3,5
Estoy estudiando (otra opción no nombrada en la encuesta) o estoy estudiando una mezcla de lo nombrado en la encuesta	12,7	6,5
Estoy buscando trabajo. Estoy estudiando	4,4	3,0
Estoy trabajando, Estoy estudiando	5,7	9,2
Otras opciones y diversas combinaciones	9,1	8,2
NC	0,0	0,0
Total	100,0	100,0

Fuente: elaboración propia.

B. PRODUCTOS CULTURALES MÁS SEGUIDOS POR LOS FANS DEL *FANART*

La diferencia entre los productos culturales que más atraen a los amantes del *fanart* y a los fans en general es muy limitada, empezando por los productos culturales por los que entran en el *fandom*.

Tabla 134. Principalmente a través de qué producto cultural se hacen fans los admiradores del *fanart* encuestados en comparación con los fans en general

Producto cultural a través del cual te haces fan	Fans de <i>fanart</i>	Fans en general
Series de televisión	45,8	48,3
Libros	22,4	21,7
Películas	11,0	11,3
Cómics	6,4	6,6
Videojuegos	6,5	6,0
Otros	2,3	2,2
Varios	3,8	1,9
Todas	1,6	1,9
NC	0,1	0,1
N	100,0	100,0

Fuente: elaboración propia.

La opción más seguida es la de series de televisión, que fue seleccionada por un 45,8 % de los encuestados, un poco menos que en el caso de los fans en general. La siguen los

libros, las películas, los videojuegos y los cómics, estos dos últimos intercambian su orden con respecto a lo que veíamos en el listado de los fans en general, pero por un 0,1.

Ese escaso tanto por cierto que ganaban los libros para los lectores de *fanfiction* vuelve a repartirse en este caso con el resto de las opciones.

Tabla 135. Principalmente a través de qué producto cultural se hacen fans los admiradores del *fanart* según género

Producto cultural a través del cual te haces fan	Mujeres	Hombres
Series de televisión	51,2	31,4
Libros	24,6	17,0
Películas	8,0	19,0
Cómics	3,6	14,0
Videojuegos	3,7	14,0
Otros	2,5	1,8
Varios	4,9	1,0
Todas	1,6	1,5
NC	0,1	0,2
N	100,0	100,0

Fuente: elaboración propia.

Como ya hemos visto en otras opciones, mientras las mujeres fans o mujeres fans del *fanart* suelen entrar en el *fandom* a través de las series de televisión (con más o menos la mitad de las encuestadas) y los libros (con más o menos un cuarto de las encuestadas), lo que deja como opción muy minoritaria las otras tres, los hombres suelen repartirse más homogéneamente entre los cinco ítems propuestos. La mayor cantidad de encuestados también reconocen entrar mayoritariamente a través de las series de televisión, en este caso un 31,4 %, valor muy parecido al 30,3 % de los lectores de *fanart* y un poco inferior al tanto por ciento de fans en general, que era del 36 %. Y es que como ya hemos comentado, los gustos de los hombres fans del *fanart* a la hora de entrar en un *fandom* son bastante homogéneos.

Con respecto a qué productos culturales son más aficionados los fans del *fanart* los resultados no son nada llamativos, ni hay grandes diferencias con los de los fans en general. Harry Potter queda en un tanto por ciento muy alto (casi la mitad de los encuestados fans del *fanart* son fans del niño mago), seguido por los fans de Marvel y los de *Star Wars*.

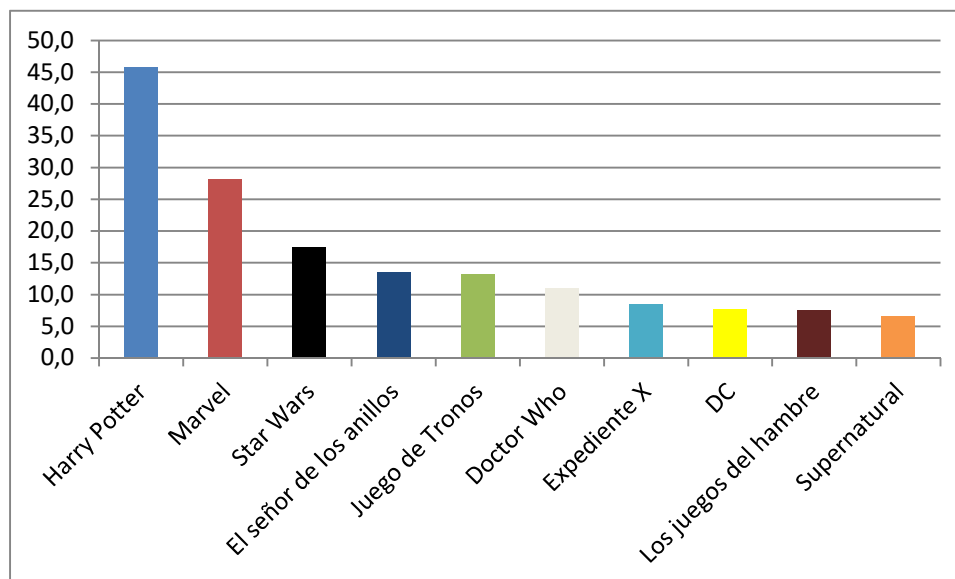
Tabla 136. Productos, personajes o universos de los que son más fans los fans en general y los fans del *fanart*

¿De qué eres o has sido fan?	Fans del <i>fanart</i>	Fans en general
Harry Potter	45,7	41,0
Marvel	28,1	25,5
<i>Star Wars</i>	17,4	16,4
<i>Juego de Tronos - Canción de hielo y fuego</i>	13,2	13,3
<i>El Señor de los Anillos</i>	13,4	12,8
<i>Expediente X</i>	8,4	8,7
<i>Doctor Who</i>	11,0	8,6
DC	7,7	6,6
<i>Los juegos del hambre</i>	7,5	6,3
<i>Sherlock Holmes</i>	6,0	4,7

Fuente: elaboración propia.

La única diferencia más reseñable entre un top diez y otro, el de los fans en general y el de los fans del *fanart*, es que en el de fans del *fanart* entra el *fandom* de *Supernatural*, el cual saca al de Sherlock Holmes, pero por un tanto por ciento nada significativo. En el caso de los fans del *fanfiction*, sacaban también a Sherlock Holmes, pero entraba en el top diez la serie *Lost*.

Figura 25. Gráfica. Top diez de productos culturales más seguidos por los admiradores de *fanart*



Fuente: elaboración propia.

Como en ocasiones similares, en cuanto dividimos esta sección por género, notamos unos cambios inmediatos en los gustos femenino y masculino. Aunque Harry Potter sigue teniendo un número más que considerable de fans, de más de la mitad de las fans encuestadas, pasa a menos de un cuarto de encuestados, y queda por debajo de Marvel y *Star Wars*, que se ponen en primer lugar en los gustos masculinos. El top diez de

hombres y mujeres cambia tanto en los porcentajes como en el orden. DC duplica su público en el caso de los varones y *Los juegos del hambre* casi cuadruplican el número de fan femeninas.

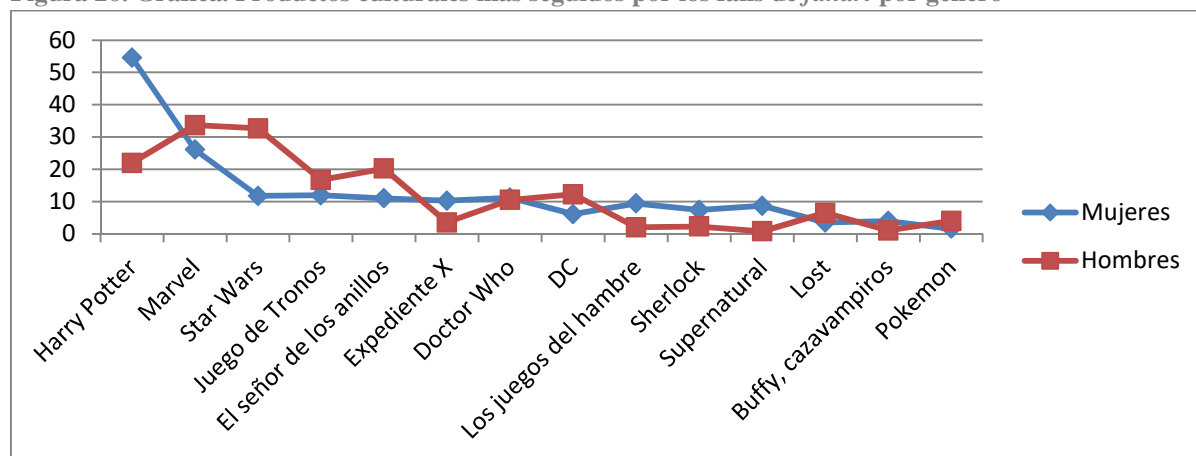
Tabla 137. Comparativa de productos, personajes o universos de los que son más fans los fans en general y los fans del *fanart* según género

¿De qué eres o has sido fan?	Mujeres		Hombres	
	Fans del <i>fanart</i>	Fans en general	Fans del <i>fanart</i>	Fans en general
Harry Potter	54,6	52,3	21,9	19,4
Marvel	26,0	22,8	33,7	30,9
<i>Star Wars</i>	11,7	10,8	32,7	27,4
<i>Juego de Tronos - Canción de hielo y fuego</i>	11,9	11,7	16,7	16,7
<i>El Señor de los Anillos</i>	11,0	10,2	20,2	17,8
<i>Expediente X</i>	10,2	10,6	3,5	5,0
<i>Doctor Who</i>	11,2	9,1	10,5	7,5
DC	6,1	5,1	12,2	9,4
<i>Los juegos del hambre</i>	9,4	8,8	2,0	1,5
<i>Sherlock</i>	7,4	6,0	2,2	2,1

Fuente: elaboración propia.

Mientras, las fans mujeres se decantan principalmente por dos *fandoms* (Harry Potter, con una diferencia muy amplia, seguido por Marvel), y el resto de los productos resultan interesantes para un 12 % de las fans o menos. Los gustos de ellos tienen tres picos principales, pero no tan pronunciados, con Marvel, *Star Wars* y, un poco más alejado, *El Señor de los Anillos*, siendo su interés por diferentes series de televisión mucho menor que el del público femenino. La excepción es *Doctor Who*, que despierta un interés muy similar en ambos sexos.

Figura 26. Gráfica. Productos culturales más seguidos por los fans de *fanart* por género



Fuente: elaboración propia.

C. EL FANDOM DE LAS FANS DEL FANART

Al ser tan relativamente fácil consumir *fanart*, se nos plantea la duda de si los fans del *fanart* se sentirán más parte del *fandom* o no, y si formarán parte activa de todo lo que ello conlleva.

Tabla 138. Fans del *fanart* que se consideran o se han considerado parte del *fandom* en comparación con los fans en general

Identificación como miembros del <i>fandom</i>	Fans del <i>fanart</i>	Fans en general
Sí	76,9	64,2
No	22,9	35,6
NC	0,2	0,2
N	100,0	100,0

Fuente: elaboración propia.

Hay un 23 % de los fans del *fanart* que no se consideran parte de un *fandom* o no se han considerado nunca, un 13 % más que los fans en general, un 12 % menos que los creadores de *fanart* y un 8 % menos que los lectores de *fanfic*. Por lo tanto, los fans del *fanart* se identifican más como miembros del *fandom* que los fans en general, pero menos que quienes crean ese *fanart*, u otros admiradores de otros productos del *fandom*.

Tabla 139. Fans de *fanart* que se consideran o se han considerado parte del *fandom* según género

Identificación como miembros del <i>fandom</i>	Mujeres	Hombres
Sí	84,6	55,9
No	15,2	43,9
NC	0,2	0,2
N	100,0	100,0

Fuente: elaboración propia.

Como ya pasaba en el resto de los apartados, las mujeres tienen un sentimiento más fuerte de identificación dentro del *fandom* que los hombres. En este caso, las fans del *fanart* se consideran o se han considerado parte del *fandom* en un 85 % de los casos, cuando los hombres solo en un 56 %. De todos modos, siguen siendo porcentajes más altos que los de los fans en general (rondando un 10 % más en ambos casos) y menores que los de sus análogos lectores de *fanfic* (que se sienten más parte del *fandom* en un 5 % más en ambos casos también).

Tabla 140. Fans del *fanart* que formaban parte de un *fandom* antes de conocerlo a través de Internet

Pertenencia al <i>fandom</i> antes de Internet	Fans del <i>fanart</i>	Fans en general
Sí	52,5	49,9
No	47,4	49,7
NC	0,1	0,3
N	100,0	100,0

Fuente: elaboración propia.

Recordamos que esta pregunta solo la pudieron responder los fans que habían dicho que sí en la respuesta anterior y que, por lo tanto, se identificaban ya dentro un *fandom*. Un poco más de la mitad ya lo hacía antes de conocerlo a través de la red, unas pocas décimas por encima que los fans en general, pero casi 10 puntos por encima de los lectores de *fanfic*.

Tabla 141: Fans del *fanart* que formaban parte de un *fandom* antes de conocerlo a través de Internet según género

Pertenencia al <i>fandom</i> antes de Internet	Mujeres	Hombres
Sí	51,7	55,8
No	48,1	44,2
NC	0,1	0,0
N	100,0	100,0

Fuente: elaboración propia.

En este caso, y siguiendo la idea de que los hombres llevan formando parte del *fandom* más tiempo que las mujeres, un 4 % más de los fans hombres del *fanart* son fans de esta afición antes de conocerla a través de Internet. La diferencia es parecida a la que nos encontramos con los fans en general, pero no así con la de lectores de *fics*, cuya pertenencia al *fandom* antes de Internet entre hombres y mujeres difería en más de 10 puntos, pero a favor de las mujeres lectoras de *fics*.

Tabla 142. Actitudes de los fans del *fanart* sobre el *feedback* con los autores

Opciones que más se ajusten a tu relación con el <i>feedback</i>	Fans del <i>fanart</i>
Comento los <i>fanart</i> que me gustan	10,1
Cuando entro en un nuevo <i>fandom</i> busco <i>fanart</i>	41,4
Reblogueo, retuíteo... los <i>fanart</i> que me gustan	75,2
Sigo a mis autores de <i>fanart</i> favoritos en al menos una red social	34,3

Fuente: elaboración propia.

Como ya vimos anteriormente, los fans no parecen excesivamente predispuestos a comentar aquella actividad de la que disfrutan con sus creadores. Solo un 10 % comenta el *fanart* que les gusta, aunque un 34 % sigue a esos autores en alguna red social. A lo que ya son más propensos es a redifundir el material, en un 75 % de los casos.

Eso sí, algo más de un 40 % de los encuestados cuando entra en un nuevo *fandom* busca *fanart*.

Tabla 143. Actitudes de los lectores de *fanfiction* sobre el *feedback* con los autores según género

Opciones que más se ajusten a tu relación con el <i>feedback</i>	Mujeres	Hombres
Comento los <i>fanart</i> que me gustan	7,6	16,7
Cuando entro en un nuevo <i>fandom</i> busco <i>fanart</i>	47,1	26,2
Reblogueo, retuiteo... los <i>fanart</i> que me gustan	77,1	70,1
Sigo a mis autores de <i>fanart</i> favoritos en al menos una red social	36,8	27,4

Fuente: elaboración propia.

Al dividir a estos fans del *fanart* por género, vemos que, curiosamente y al contrario de lo que hemos visto en el mundo del *fanfic*, los hombres son más dados a comentar *fanart*. Un 17 % de ellos, frente a un 7 % de ellas. Cambian de nuevo las tornas en el hecho de compartir ese *fanart*: las mujeres lo hacen en un 77 %, frente al 70 % de ellos. Por lo que vemos, comentar sigue siendo algo muy minoritario.

Por lo demás casi la mitad de las mujeres fans del *fanart* buscan *fanart* al entrar en un nuevo *fandom*, frente a algo más de un cuarto de sus compañeros varones. La tendencia en esta parte se mantiene con la del mundo del *fanfic*. Y un 37 % de ellas sigue a sus autores favoritos en alguna red social, frente a un 27 % de ellos.

3.5.6. LOS VIDDERS

Los *vidders*, como ya comentamos, son los fans que editan vídeos alrededor de su *fandom*, también llamados *fanvideos*, y en las siguientes páginas vamos a hablar de ellos como colectivo en el mundo hispanohablante.

Tabla 144. Fans que son *vidders*

¿Haces o has hecho <i>fanart</i> ?	Porcentaje	Frecuencia
Sí	12,6	302
No	87,0	2094
NC	0,4	10
N	100,0	2406

Fuente: elaboración propia.

Como ya hemos visto en la primera parte, en la que analizábamos la encuesta, de los 2406 fans que contestaron, solo un 12,6 % eran creadores de *fanvideos* o *vidders* (en el cómputo general, 302 personas).

Tabla 145. Fans que son *vidders* según género

¿Haces o has hecho <i>fanart</i> ?	Mujeres	Hombres
Sí	15,5	6,6
No	84,0	93,0
NC	0,4	0,4
N	100,0	100,0

Fuente: elaboración propia.

De todas las mujeres encuestadas, realizan vídeos un 15,5 %, 246, y de todos los hombres encuestados, 54, un 6,6 % de ellos. La del *vidding* es una actividad muy específica, que requiere unos conocimientos muy específicos y que se aleja de los grandes números, pero es muy importante y admirada dentro del *fandom* y forma parte de ella, desde el principio, mucho antes de la época digital, que hizo su labor mucho más fácil.

A. DATOS DEMOGRÁFICO DE LOS *VIDDERS*

A lo largo de las siguientes páginas vamos a intentar hacer una radiografía lo más fiel posible de quiénes son los *vidders*.

Tabla 146. Edad de los *vidders* en comparación con los fans en general

Edad	<i>Vidders</i>	Fans en general
13 años o menos	1,3	0,7
De 14 años a 18 años	16,9	12,5
De 19 años a 23 años	25,5	26,2
De 24 años a 28 años	27,8	20,6
De 29 años a 33 años	12,9	15,8
De 34 años a 43 años	12,6	18,8
De 44 años a 53 años	3,0	3,7
Más de 54 años	0,0	0,7
NC	0,0	0,9
N	100,0	100,0

Fuente: elaboración propia.

Más de la mitad de los *vidders* encuestados tienen entre 19 y 28 años. Y no hay ninguno mayor de 54 años. Si comparamos con los fans en general, también casi la mitad de los encuestados están entre los 19 y 28 años, pero hay en comparación un 7 % menos en el rango entre los 24 y los 28. Sin embargo, no se puede decir que los *vidders* sean un poco mayores que los fans en general porque, en realidad, el número de ellos una vez

cumplidos los 29 desciende en todos los rangos, en comparación con los fans en general.

Tabla 147. Edad de los *vidders* según género

Edad	Mujeres	Hombres
13 años o menos	0,8	3,7
De 14 años a 18 años	17,5	13,0
De 19 años a 23 años	28,5	11,1
De 24 años a 28 años	28,5	25,9
De 29 años a 33 años	12,6	14,8
De 34 años a 43 años	10,2	24,1
De 44 años a 53 años	2,0	7,4
Más de 54 años	0,0	0,0
NC	0,0	0,0
N	100,0	100,0

Fuente: elaboración propia.

Los resultados una vez que los dividimos por géneros son bastante llamativos. Entre los 24 y 33 años, los tantos por ciento son parecidos entre hombres y mujeres. De los 14 a los 23 hay un tanto por ciento de *vidders* femeninas superior, aunque no sigue esa dinámica en los más jóvenes, los menores de 14. Y, por otro lado, a partir de los 33 años hay un tanto por ciento de *vidders* masculinos mucho más elevado que femenino.

En general, menos por los más jóvenes (y eso puede ser un poco confuso por el pequeño número de *vidders*), las mujeres *vidders* son más jóvenes y los hombres *vidders*, más mayores.

Tabla 148. Nacionalidad de los *vidders* en comparación con los fans en general

Nacionalidad	Creadores de vídeos	Fans en general
España	79,1	81,3
México	8,9	5,7
Argentina	4,3	4,3
Chile	1,7	1,8
Venezuela	0,7	1,6
Costa Rica	0,7	0,4
Colombia	1,3	1,8
Perú	0,7	0,7
Uruguay	1,0	0,7
Resto de países hispanohablantes	1,0	1,3
Otros países no hispanohablantes	0,7	0,3
Vacío	0,0	0,1
N	100,0	100,0

Fuente: elaboración propia.

Como ya hemos visto en anteriores puntos, en cuestión de nacionalidad es prácticamente imposible que en cualquier apartado no sean mayoritariamente españoles, ya que el número de españoles que contestó a la encuesta fue muchísimo mayor, pero lo cierto es que en las actividades que se realizan en el *fandom*, el porcentaje en relación con los fans en general suele ser un poco menor en los españoles, que en la de otras personas de habla hispana.

En este caso, la diferencia es muy pequeña, de unos dos puntos. Quedan como siempre en segundo lugar, en este caso de *vidders*, los mexicanos, que básicamente absorben la pérdida de porcentaje de españoles. En tercer lugar, encontramos a un 4,3 % de argentinos, que justamente es el mismo porcentaje de argentinos que había como fans en general.

Tabla 149. Nacionalidad de los *vidders* según género

Nacionalidad	Mujeres	Hombres
España	78,0	87,0
México	9,3	5,6
Argentina	4,1	3,7
Chile	2,0	0,0
Venezuela	0,8	0,0
Costa Rica	0,8	0,0
Colombia	0,8	3,7
Perú	0,8	0,0
Uruguay	1,2	0,0
Resto de países hispanohablantes	1,2	0,0
Otros países no hispanohablantes	0,8	0,0
NC	0,0	0,0
N	100	100

Fuente: elaboración propia.

Como también hemos visto en el resto de las secciones, las mujeres hispanohablantes parecen mucho más involucradas en los *fandom* que siguen que los hombres. Y, por lo tanto, los porcentajes están mucho más repartidos. Aunque un 78 % de las *vidders* encuestadas sean españoles, también hay representantes no solo de México y Argentina, sino de otros muchos países, aunque sea a pequeño nivel. Sin embargo, los *vidders* masculinos son un 87 % españoles, seguido por un 5,6 % mexicanos y un 3,7 % argentinos y colombianos, pero ese 3,7 % corresponde a dos *vidders* por país.

Tabla 150. Últimos estudios finalizados de los *vidders* en comparación con los fans en general

Estudios finalizados	Vidders	Fans en general
Educación primaria	2,6	2,3
Educación secundaria	15,9	14,1
Educación preuniversitaria	23,2	22,9
Formación profesional	15,2	13,1
Educación universitaria	31,1	31,1
Postgrados, doctorados, masters	11,6	16,4
NC	0,3	0,1
N	100,0	100,0

Fuente: elaboración propia.

El mayor número de *vidders* son titulados universitarios, como pasaba en el caso de fans en general. La verdad es que en la mayoría de los apartados hay un número muy parecido al momento de comparar *vidders* con fans en general, menos en el caso de los postgrados, que en el caso de los *vidders* es 5 puntos menor que en el de los fans en general. Pero por lo demás, hay una mayoría de titulados universitarios y preuniversitarios.

Tabla 151. Últimos estudios finalizados de los *vidders* según género

Estudios finalizados	Mujeres	Hombres
Educación primaria	2,8	1,9
Educación secundaria	15,0	18,5
Educación preuniversitaria	26,0	11,1
Formación profesional	13,4	24,1
Educación universitaria	32,1	25,9
Postgrados, doctorados, masters	10,2	18,5
NC	0,4	0,0
N	100,0	100,0

Fuente: elaboración propia.

Si lo diferenciamos por sexo, las diferencias son bastante marcadas: mientras un 26 % de ellas tienen estudios preuniversitarios, solo lo tienen un 11 % de ellos. Por otro lado, al 24 % de titulados en formación profesional masculina se le contrapone un 13 % de ellas. Luego hay más tituladas universitarias y más titulados postgrado.

Con respecto a aquello que los *vidders* están haciendo en la actualidad, la mayor parte, como ya pasaba con los fans en general, están trabajando o estudiando. De hecho, una cuarta parte de los *vidders* encuestados están trabajando y un poco más de otra cuarta parte, está cursando estudios inmediatamente superiores a su última titulación.

Tabla 152. Ocupación de los *vidders* en comparación con los fans en general

¿Qué haces en la actualidad?	Vidders	Fans en general
Estoy trabajando	24,5	31,5
Estoy buscando trabajo	7,3	8,6
Estoy intentado montar mi propio negocio	1,0	1,2
Estoy a cargo de la casa, los hijos o personas enfermas	1,3	1,1
Estoy jubilado	0,0	0,3
Estoy cursando estudios inmediatamente superiores a mi última titulación	26,8	24,3
Estoy estudiando idiomas	4,0	2,5
Estoy estudiando algo relacionado con la informática: programación, diseño gráfico, creación de páginas web	2,3	1,9
Estoy estudiando (otra opción no nombrada en la encuesta) o estoy estudiando una mezcla de lo nombrado en la encuesta	11,3	12,7
Estoy buscando trabajo. Estoy estudiando	6,6	4,5
Estoy trabajando, Estoy estudiando	5,6	4,8
Otras opciones y diversas combinaciones	9,3	6,3
NC	0	0,4
N	100,0	100,0

Fuente: elaboración propia.

Si lo dividimos por géneros, como en otras ocasiones y seguramente debido a la edad de los encuestados, hay un número mayor de hombres trabajando que de mujeres, y un número mayor de mujeres estudiando que de hombres.

Tabla 153. Ocupación de los *vidders* según género

¿Qué haces en la actualidad?	Mujeres	Hombres
Estoy trabajando	22,4	35,2
Estoy buscando trabajo	7,7	3,7
Estoy intentado montar mi propio negocio	0,4	3,7
Estoy a cargo de la casa, los hijos o personas enfermas	1,6	0,0
Estoy jubilado	0,0	0,0
Estoy cursando estudios inmediatamente superiores a mi última titulación	29,7	14,8
Estoy estudiando idiomas	3,7	3,7
Esto estudiando algo relacionado con la informática: programación, diseño gráfico, creación de páginas web	1,6	5,6
Estoy estudiando (otra opción no nombrada en la encuesta) o estoy estudiando una mezcla de lo nombrado en la encuesta	13,0	3,7
Estoy buscando trabajo. Estoy estudiando	7,3	3,7
Estoy trabajando, Estoy estudiando	4,5	11,1
Otras opciones y diversas combinaciones	8,1	14,8
NC	0	0
Total	100,0	100,0

Fuente: elaboración propia.

A la hora de analizar cuántos años llevan siendo fans estos *vidders*, más de la mitad llevan siendo fans entre 6 y 15 años, al igual que los fans en general, y al igual que en el resto de secciones. Eso sí, es aquí, en el apartado de *vidders*, donde los fans llevan más tiempo formando parte del *fandom*: más de 21 años un 13 %, lo que incluso supera un poco al porcentaje de fans en general.

Tabla 154. Los años que llevan los *vidders* siendo fans en comparación con los fans en general

¿Cuántos años llevan los escritores de <i>fanfic</i> formando parte del mundo de los fans?	<i>Vidders</i>	Fans en general
Menos de 5 años	10,5	11,9
De 6 a 10 años	28,3	30,5
De 11 a 15 años	24,4	21,5
De 16 a 20 años	17,4	16,2
Más de 21 años	13,0	12,8
Otras respuestas	4,0	4,5
NC	2,4	2,6
N	100,0	100,0

Fuente: elaboración propia.

Y con respecto al género, las *vidders* femeninas llevan menos tiempo en el *fandom* que los *vidders*. De hecho, hay un 19 % de ellos que lleva más de 21 años como fan, frente a un 5 % de ellas.

Tabla 155. Los años que llevan los *vidders* siendo fans según género

¿Cuántos años llevan los escritores de <i>fanfic</i> formando parte del mundo de los fans?	Mujeres	Hombres
Menos de 5 años	13,0	7,4
De 6 a 10 años	35,8	22,2
De 11 a 15 años	24,8	18,5
De 16 a 20 años	16,3	24,1
Más de 21 años	4,9	18,5
Otras respuestas	4,5	7,4
NC	0,8	1,9
N	100,0	100,0

Fuente: elaboración propia.

B. PRODUCTOS CULTURALES MÁS SEGUIDOS POR LOS *VIDDERS*

Con respecto a la pregunta «¿Principalmente a través de qué producto cultural te haces fans?» los *vidders* lo hacen en más de un 60 % a través de las series de televisión, seguidos muy de lejos por un 13 % que lo hace a través de los libros. Si lo comparamos con los fans en general, los que entran en el mundo de los fans a través de las series,

ganan más de 12 puntos y los que entran a través de los libros pierden 9. El resto de los porcentajes no varían demasiado.

Tabla 156. Principalmente a través de qué producto cultural se hacen fans los *vidders* encuestados en comparación con los fans en general

Producto cultural a través del cual te haces fan	<i>Vidders</i>	Fans en general
Series de televisión	60,9	48,3
Libros	13,2	21,7
Películas	8,3	11,3
Cómics	4,6	6,6
Videojuegos	4,3	6,0
Otros	1,6	2,2
Varios	2,6	1,9
Todas	4,3	1,9
NC	0,0	0,1
N	100,0	100,0

Fuente: elaboración propia.

De todos modos, parece normal esta subida tan marcada de los *vidders* para aquellos que entran en el *fandom* a través de las series de televisión porque es de estos productos, de los que más fácilmente se puede hacer *fanvid*.

Tabla 157. Principalmente a través de qué producto cultural se hacen fans los *vidders* encuestados según género

Producto cultural a través del cual te haces fan	Mujeres	Hombres
Series de televisión	65,0	42,6
Libros	14,2	9,3
Películas	6,5	16,7
Cómics	3,7	9,3
Videojuegos	2,4	13,0
Otros	1,7	1,9
Varios	2,4	3,7
Todas	4,1	3,7
NC	0,0	0,0
N	100,0	100,0

Fuente: elaboración propia.

Los resultados por género siempre suelen ser muy diferenciados y este caso no es una excepción. Aunque tanto hombres como mujeres, entran principalmente en el *fandom* a través de las series de televisión, las mujeres lo hacen en mayor medida, en más de 20 puntos que los hombres. Pero una de las diferencias más llamativas es el elevado porcentaje en el caso de los *vidders* hombres fans de las películas.

Las películas como producto cultural por el que se entra en el *fandom* no ha hecho más que perder seguidores en todas las categorías, frente a los fans en general, pero aquí da una remontada y se pone en un 17 %, el segundo producto cultural por el que los *vidders* masculinos entran en el mundo de los fans. El tercero son los videojuegos y el cuarto y quinto lugar respectivamente son para los libros y los cómics.

A estas alturas del análisis, parece imposible que en ningún punto Harry Potter pierda su primera posición como el universo más valorado por los fans: se encuentra en primer lugar con el apoyo del 44 % de los *vidders* encuestados.

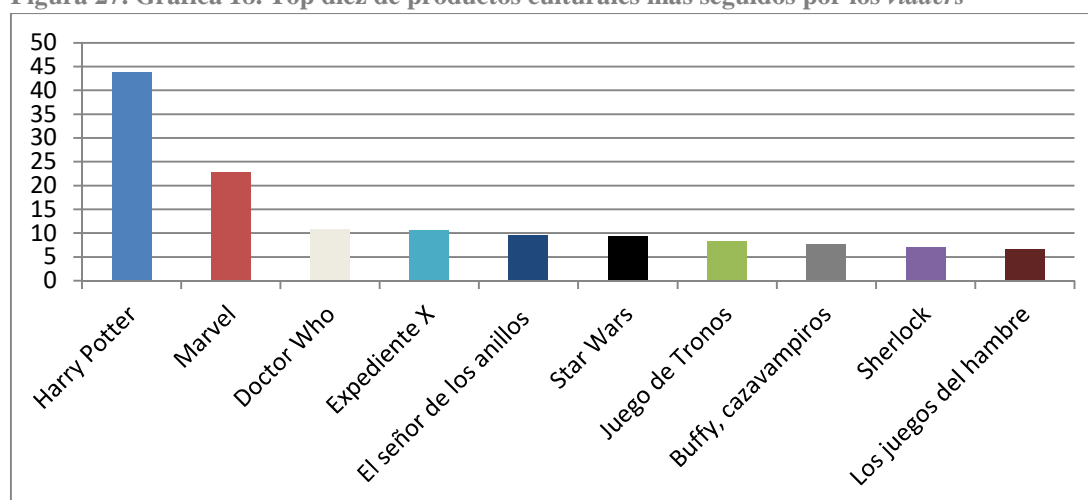
Tabla 158. Productos, personajes o universos de los que son más fans los fans en general y los *vidders* en particular

¿De qué eres o has sido fan?	<i>Vidders</i>	Fans en general
Harry Potter	43,7	41,0
Marvel	22,8	25,5
<i>Star Wars</i>	9,3	16,4
<i>Juego de Tronos - Canción de hielo y fuego</i>	8,3	13,3
<i>El Señor de los Anillos</i>	9,6	12,8
<i>Expediente X</i>	10,6	8,7
<i>Doctor Who</i>	10,9	8,6
DC	6,3	6,6
<i>Los juegos del hambre</i>	6,6	6,3
Sherlock Holmes	7,0	4,7

Fuente: elaboración propia.

Sin embargo, *Star Wars* pierde su tercer puesto y se queda relegado a la sexta posición, y eso que los *vidders* parecen más fans de las películas que otros fans. El universo creado por George Lucas pierde siete puntos en comparación con los fans en general.

Figura 27. Gráfica 18. Top diez de productos culturales más seguidos por los *vidders*



Fuente: elaboración propia.

Dos series, *Doctor Who* y *Expediente X*, ascienden en interés con casi un 11 % y se posicionan en la tercera y cuarta posición. Y el universo DC sale de este top diez de productos culturales más seguidos por los *vidders*, y su espacio es ocupado por la también serie *Buffy, cazavampiros*. La que no aparece es la serie *Lost*, que sí había entrado en el top diez de escritores y creadores.

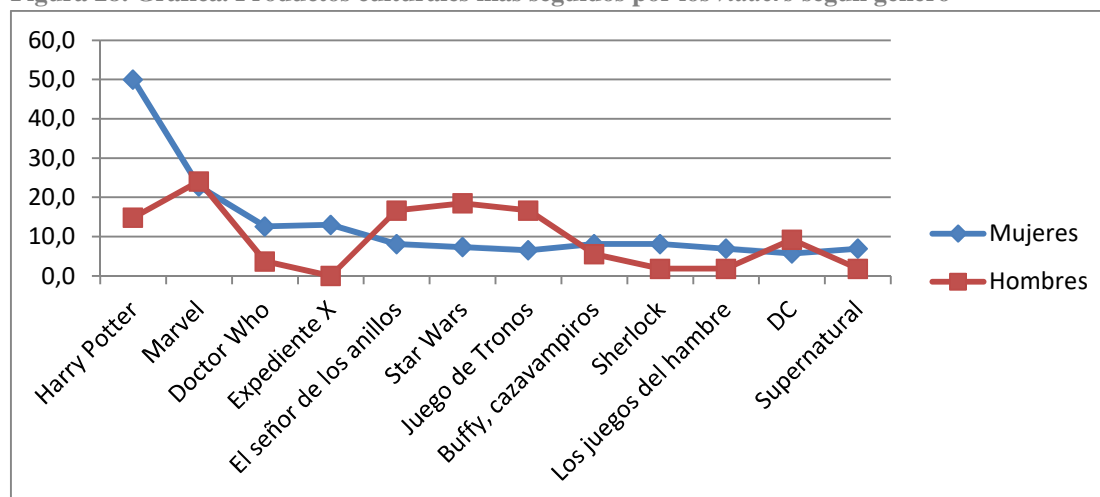
Tabla 159. Comparativa de productos, personajes o universos de los que son más fans los fans en general y creadores los *vidders* según género

¿De qué eres o has sido fan?	Mujeres		Hombres	
	<i>Vidders</i>	Fans en general	<i>Vidders</i>	Fans en general
Harry Potter	50,0	52,3	14,8	19,4
Marvel	22,8	22,8	24,1	30,9
Star Wars	7,3	10,8	18,5	27,4
Juego de Tronos - Canción de hielo y fuego	6,5	11,7	16,7	16,7
El Señor de los Anillos	8,1	10,2	16,7	17,8
Expediente X	13,0	10,6	0	5,0
Doctor Who	12,6	9,1	3,7	7,5
DC	5,7	5,1	9,3	9,4
Los juegos del hambre	6,9	8,8	1,9	1,5
Sherlock Holmes	8,1	6,0	1,9	2,1

Fuente: elaboración propia.

Normalmente, los gustos por género suelen tener marcadas diferencias y los *vidders* siguen con esta tendencia. Las mujeres se decantan como las fans más fieles de Harry Potter, la mitad de las *vidders* encuestadas son fans del niño mago, frente a un 15 % de ellos. Como en otras ocasiones, los fans masculinos se reparten más en diferentes *fandoms*, mientras que las mujeres se centran en unos pocos.

Figura 28. Gráfica. Productos culturales más seguidos por los *vidders* según género



Fuente: elaboración propia.

Un caso curioso, por ejemplo, es el de *Expediente X*, con un 13 % de *vidders* femeninas y un 0 % de *vidders* masculinos. Parece ser que solo Marvel aún a de una forma bastante similar tanto a hombres como a mujeres *vidders*.

Para las *vidders* féminas los productos más interesantes son Harry Potter, Marvel, *Expediente X*, *Doctor Who* y El señor de los anillos. En el caso de los chicos *vidders* hablamos de Marvel, *Star Wars*, *Juego de Tronos*, *El Señor de los Anillos* y Harry Potter.

C. EL FANDOM DE LOS VIDDERS

Los *vidders* realizan una actividad compleja y con un buen número de requerimientos de conocimientos añadidos para el *fandom*. Deberían por lo tanto sentirse muy identificados con él. ¿Es así?

Tabla 160. Los *vidders* que se consideran o se han considerado parte del *fandom* en comparación con los fans en general

Identificación como miembros del <i>fandom</i>	<i>Vidders</i>	Fans en general
Sí	90,7	64,2
No	9,3	35,6
NC	0,0	0,2
N	100,0	100,0

Fuente: elaboración propia

Casi un 91 % de los *vidders* encuestados se consideran o se han considerado alguna vez parte de algún *fandom*, de los porcentajes más altos que nos hemos encontrado en esta encuesta en esta pregunta, solo superada por los fans escritores. Los *vidders* se sienten bien considerados dentro del *fandom*. De todos modos, sigue siendo curioso que casi un 10 % de los encuestados, que dedica su tiempo libre a hacer algo tan complejo como *vidding*, no se considera parte de la comunidad de fans, o del *fandom* del producto del que hacen su trabajo.

Tabla 161. Los *vidders* que se consideran o se han considerado parte del *fandom* según género

Identificación como miembros del <i>fandom</i>	Mujeres	Hombres
Sí	95,1	46,1
No	4,9	53,9
NC	0,0	0,0
N	100,0	100,0

Fuente: elaboración propia.

Y mucho más llamativo es cuando lo separamos por género porque, mientras la mayoría de las mujeres *vidders* se consideran parte de la comunidad de fans, menos de la mitad de ellos tiene esa sensación de pertenencia.

Tabla 162. Afirmaciones que más representan a los *vidders*

Opciones que más te representen	Vidders
En estos momentos no hago <i>fanvid</i>	60,3
Intente hacer un <i>fanvid</i> , pero no me gusto el resultado y no lo publiqué	12,6
Aprendí a manejar Movie Maker, Adobe Premiere o cualquier otro programa de edición de imágenes para poder hacer <i>fanvid</i>	61,9
Nunca he recibido clases de edición de vídeo, soy autodidacta	61,3
Pregunto y comparto técnicas con otros creadores de <i>fanvid</i>	7,6
He realizado tutoriales con mis conocimientos para poderlos compartir con el <i>fandom</i>	3,6
Mis vídeos cuentan historias	18,2
Mis vídeos son vídeos musicales	39,7
Mis vídeos son recopilatorios de imágenes o trozos de series, películas...	47,7
Lo que hago es cortar una escena, secuencia o momento específico y subirlo a la red para remarcar la importancia de ese momento	12,3

Fuente: elaboración propia.

Una de las ideas más importantes y que queremos resaltar es que, desde el punto de vista de la relación entre la formación no reglada y el *fandom*, más del 60 % de los *vidders* encuestados se considera autodidacta, y dice nunca haber recibido clases de edición de vídeo. Y no solo eso, sino que reconoce haber aprendido a manejar un programa de edición con el fin de hacer *fanvid*.

En contraposición, no son muchos aquellos que comparten sus conocimientos con el resto de la comunidad. Apenas un 4 % hace tutoriales y no llega a un 8 % quien pregunta y comparte técnicas.

Con respecto al tipo de vídeos que realizan los fans, casi la mitad de ellos son recopilatorios y un 40 % son vídeos musicales. Sea como fuere, el 60 % de los *vidders* encuestados no hacían videos en el momento de la encuesta, lo que deja esta actividad muy minoritaria en la actualidad.

Desde el punto de visto de la formación no formal, las cosas no se diferencian mucho cuando hablamos de hombres y mujeres: más del 60 % (un poco más en el caso de los hombres) son autodidactas a la hora de aprender edición de video. Eso sí, un 64 % de ellas reconoce haber aprendido edición para hacer *fanvid*, frente a algo más de la mitad de ellos.

Tabla 163. Afirmaciones que más representan a los *vidders* según género

Marca la o las opciones que más te representen	Mujeres	Hombres
En estos momentos no hago <i>fanvid</i>	61,8	53,7
Intente hacer un <i>fanvid</i> , pero no me gusto el resultado y no lo publiqué	12,6	11,1
Aprendí a manejar Movie Maker, Adobe Premiere o cualquier otro programa de edición de imágenes para poder hacer <i>fanvid</i>	64,2	51,9
Nunca he recibido clases de edición de vídeo, soy autodidacta	61,0	63,0
Pregunto y comparto técnicas con otros creadores de <i>fanvid</i>	6,9	11,1
He realizado tutoriales con mis conocimientos para poderlos compartir con el <i>fandom</i>	2,0	11,1
Mis vídeos cuentan historias	19,9	11,1
Mis vídeos son vídeos musicales	40,7	35,2
Mis vídeos son recopilatorios de imágenes o trozos de series, películas...	51,2	31,5
Lo que hago es cortar una escena, secuencia o momento específico y subirlo a la red para remarcar la importancia de ese momento	11,0	16,7

Fuente: elaboración propia.

Con respecto a la idea de compartir conocimientos, ellos parecen más dados a eso: un 11 % de los hombres comparten conocimientos y crean tutoriales. Ellas lo hacen en menor medida.

Y por último, si hablamos del tipo de vídeos realizados, la mitad de ellas hacen vídeos recopilatorios de imágenes o trozos de sus productos audiovisuales favoritos y más del 40 % hacen vídeos musicales. En el caso de los hombres, estas también son las técnicas más valoradas, pero en menor medida, y son mucho más partidarios que ellas a cortar escenas o momentos importantes y subirlos directamente.

D. LAS ACTIVIDADES REALIZADAS POR LOS *VIDDERS*

La actividad más realizada por los *vidders* es la de comentar su afición en Twitter u otra red social (un 86 % la realizan), la cual coincide con la actividad más realizada por los fans en general.

En segundo lugar, como parece lógico, está la de disfrutar del *fanvid*, buscar vídeos hechos por fans, verlos... Evidentemente este gusto por los *vidders* se aleja mucho de los fans en general. Aunque de todos modos es muy curioso que casi a un 20 % de los creadores de vídeos, no les gusten los *fanvid* o no busquen *fanvid* de otros creadores.

En tercer lugar, gustan mucho del *fanart*. Más del 80 % de los encuestados *vidders*, tanto por ciento también, muy por encima del de los fans en general.

Tabla 164. Actividades que realizan los *vidders* dentro del *fandom*, aparte de crear fanart en comparación con los fans en general

Actividades	Vidders	Fans en general
Comentar en Twitter u otras redes sociales	86,1	71,4
Buscar y disfrutar de los vídeos hechos por los fans	82,1	43,3
Te gusta el <i>fanart</i>	80,8	61,8
Consumir <i>merchandising</i>	79,1	70,0
Leer <i>recaps</i> , <i>review</i> o resúmenes	72,2	61,9
Usar <i>fansub</i>	68,2	63,3
Navegar en las páginas oficiales	65,6	60,2
Leer <i>fanfiction</i>	65,2	48,1
Escribir <i>fanfiction</i>	58,3	22,3
Comentar en grupos de WhatsApp	46,0	27,9
Haces <i>fanart</i>	44,7	22,3
Crear webs, blogs o microblogging	42,4	19,5
Buscar <i>spoilers</i>	41,7	29,6
Ir a expos y convenciones oficiales	41,1	31,7
Jugar a rol (<i>online</i> u <i>offline</i>)	39,4	31,0
Practicar <i>cosplay</i>	34,8	16,5
Ir a <i>kedadas</i> con otros fans	33,8	21,1
Participar en visionados en grupo	32,8	22,0
Leer <i>scanlations</i> (cómic traducidos por fans)	27,8	18,9
Crear <i>recaps</i> , <i>review</i> o resúmenes, textuales, fotográficos, infográficos o en vídeo	27,2	13,9
Ser <i>beta reader</i>	26,2	16,7
Tener y jugar con los juegos de mesa y videojuegos oficiales	26,2	24,4
Moderar comunidades <i>online</i>	24,8	13,7
Consumir <i>fandub</i> (vídeos, películas o series de televisión dobladas por fans)	21,2	15,2
Leer <i>dōjinshi</i>	17,2	12,2
Leer <i>fanzines</i>	17,2	14,2
Ver <i>fanfilm</i>	15,2	7,9
Crear subtítulos	15,2	8,0
Crear y mantener un canal de YouTube	15,2	3,8
Organizar <i>kedadas</i> con otros fans	13,9	6,3
Escuchar música <i>filk</i>	13,2	7,2
Participar en lecturas en grupo	8,6	8,1
Crear juegos	7,9	4,3
Hacer <i>fanfilm</i>	7,6	1,3
Crear un podcast	6,3	3,1
Crear <i>fanzines</i>	6,0	3,7
Escribir y cantar música <i>filk</i>	4,3	1,3
Hacer <i>fandub</i>	3,6	1,2
Hacer <i>scanlations</i>	2,3	1,8
Hacer <i>dōjinshi</i>	1,0	0,4

Fuente: elaboración propia

Por otro lado, como ya veíamos con otros creadores en el *fandom*, los *vidders* están más predispuestos, al ya crear un producto en el *fandom*, a crear otros. Más de la mitad escribe *fanfic* y casi un 45 % crea *fanart*. Porcentajes mucho más elevados que los que acompañan a los fans en general. De hecho, todas las actividades tienen un tanto por ciento de realización mucho más alto que en el caso de los fans en general, menos algunas que tienen un tanto por cierto muy parecido, pero aun así superior. (como navegar en páginas oficiales, usar *fansub* o tener y jugar a juegos de mesa, actividades mucho menos especializadas).

Las actividades más desarrolladas por las *vidders* mujeres dentro del *fandom* son (por orden descendiente y todas con cerca de un 85 % de las encuestadas) comentar en Twitter u otras redes sociales y disfrutar del *vidding* y del *fanart*. Curiosamente, en el caso de los *vidders* chicos, disfrutar del *vidding* no entra dentro de su top tres y sus actividades más desarrolladas (también por orden descendiente y todas con más de un 74 % de los encuestados *vidders*) son usar *fansub*, comentar en Twitter u otras redes sociales y consumir *merchandising*.

Una de las cosas más reseñables, es la caída en el caso de los *vidders* masculinos de cualquier actividad relacionada con el mundo del *fanfic*. Mientras lo leen el 74 % de las *vidders* femeninas, solo lo hace el 26 % de los hombres. En el caso de la escritura, frente al 67 % de las *vidders*, nos encontramos solo con un 24 % de los *vidders*. Y por último, en la faceta de *betas*, nos encontramos a un 30 % de las *vidders*, frente a un 9 % de los *vidders*.

De las 40 categorías tratadas en esta pregunta, un número mayor de implicación masculina frente a la femenina se da en 13 categorías. De una manera significativa, en todo lo relacionado con el mundo de los subtítulos, tanto a la hora de crear como usar *fansub*. Y desde un punto de creación, en el tema de crear canales de YouTube, podcast y fanzines. Por otro lado, también se destacan en ir a expos y convenciones y en tener juegos de mesa y videojuegos oficiales y jugarlos.

Tabla 165. Actividades que realizan los creadores de *fanart* dentro del *fandom*, aparte de crear *fanart* según género

Actividades	Mujeres	Hombres
Comentar en Twitter u otras redes sociales	88,6	75,9
Buscar y disfrutar de los vídeos hechos por los fans	85,4	66,7
Te gusta el <i>fanart</i>	83,7	66,7
Consumir <i>merchandising</i>	80,5	74,1
Leer <i>recaps</i> , <i>review</i> o resúmenes	74,4	63,0
Leer <i>fanfiction</i>	74,0	25,9
Navegar en las páginas oficiales	65,9	63,0
Escribir <i>fanfiction</i>	65,9	24,1
Usar <i>fansub</i>	65,4	83,3
Comentar en grupos de WhatsApp	49,6	31,5
Haces <i>fanart</i>	47,6	33,3
Buscar <i>spoilers</i>	44,7	25,9
Crear webs, blogs o microblogging	43,1	40,7
Ir a expos y convenciones oficiales	39,4	46,3
Jugar a rol (<i>online</i> u <i>offline</i>)	39,0	42,6
Ir a <i>kedadas</i> con otros fans	35,8	24,1
Practicar <i>cosplay</i>	35,8	31,5
Participar en visionados en grupo	34,6	25,9
Ser <i>beta reader</i>	30,1	9,3
Crear <i>recaps</i> , <i>review</i> o resúmenes, textuales, fotográficos, infográficos o en vídeo	28,9	20,4
Leer <i>scanlations</i>	27,2	29,6
Moderar comunidades <i>online</i>	26,8	16,7
Tener y jugar con los juegos de mesa y videojuegos oficiales	24,8	33,3
Consumir <i>fandub</i>	21,1	20,4
Leer <i>dōjinshi</i> (cómic japoneses dibujados por fans)	18,3	11,1
Leer <i>fanzines</i>	17,1	18,5
Ver <i>fanfilm</i>	15,4	14,8
Escuchar música <i>filk</i>	15,0	3,7
Crear y mantener un canal de YouTube	14,2	18,5
Organizar <i>kedadas</i> con otros fans	13,8	14,8
Crear subtítulos	13,8	22,2
Participar en lecturas en grupo	9,8	3,7
Hacer <i>fanfilm</i>	8,5	3,7
Crear juegos	7,7	9,3
Escribir y cantar música <i>filk</i> (canciones escritas por fans sobre el <i>fandom</i>)	5,3	0,0
Crear un podcast	4,9	13,0
Crear <i>fanzines</i>	4,5	13,0
Hacer <i>fandub</i>	3,7	1,9
Hacer <i>scanlations</i>	2,4	1,9
Hacer <i>dōjinshi</i>	1,2	0,0

Fuente: elaboración propia.

LOS VIDDERS COMO ADMIRADORES DEL VIDDING

A continuación, comentaremos la actitud de ese 81 % de *vidders* que disfrutan de los vídeos de otros fans con respecto al *feedback* con otros autores.

Tabla 166. Actitudes de los *vidders* sobre el *feedback*.

Opciones que más te representen	Total
Comento los <i>fanvid</i> que me gustan	28,2
Cuando entro en un nuevo <i>fandom</i> busco <i>fanvid</i>	46,4
Reblogo, retuiteo... los <i>fanvid</i> que me gustan	64,9
Tengo a mis creadores de <i>fanvid</i> favoritos y estoy suscrita a sus canales de YouTube o Vimeo	46,4

Fuente: elaboración propia

No deja de ser altamente significativo, como en otras disciplinas, que solo un 28 % de los creadores de vídeos, comenten los vídeos de sus compañeros, cuando conocen perfectamente la importancia del *feedback* en estos casos. Al hablar de rebloguear o retuitear, la interacción sube al 65 %. Por otro lado, menos de la mitad busca *vidding* al entrar en un nuevo *fandom* o está suscrito a los canales de sus creadores de *fanvid* favoritos.

Tabla 167. Actitudes de los *vidders* sobre el *feedback* con otros creadores según género

Opciones que más te representen	Mujeres	Hombres
Comento los <i>fanvid</i> que me gustan	26,2	38,9
Cuando entro en un nuevo <i>fandom</i> busco <i>fanvid</i>	49,5	25,0
Reblogo, retuiteo... los <i>fanvid</i> que me gustan	65,2	66,7
Tengo a mis creadores de <i>fanvid</i> favoritos y estoy suscrita a sus canales de YouTube o Vimeo	44,8	55,6

Fuente: elaboración propia.

Al dividirlo por géneros, nos encontramos con que, siguiendo la línea que ya había abierto el *fanart*, en porcentaje es mayor el número de hombres que comentan otros vídeos que el de mujeres. Un 39 % de los *vidders* comentan los vídeos que les gustan frente a un 26 % de ellas. Mientras, y cambiando la línea que marcan los creadores fans de *fanfiction* y *fanart*, el tanto por ciento a la hora de rebloguear o tuitear es muy similar, aunque también superior en la de hombres fans. Y también son ellos los que están más suscritos a los canales de los *vidders* que les gustan: más de la mitad de ellos, frente a un 45 % de ellas. Curiosamente, son ellas las que buscan más vídeos al entrar en un nuevo *fandom*: la mitad de ella, frente a un cuarto por ciento de ellos.

3.5.7. LOS FANS DEL VIDDING

Un 43 % de los fans encuestados, un total de 1043 personas, son fans del *vidding*. De ellas, 820 son mujeres y 220 son hombres. Un 51,7 % de las mujeres encuestadas, más de la mitad, y un 27,0 % de los hombres.

A. DATOS DEMOGRÁFICOS DE LOS FANS DEL VIDDING

En este apartado vamos a conocer un poco más en profundidad a los fans del *vidding*, quiénes son, dónde están, qué hacen...

Tabla 168. Edad de los fans del *vidding* en comparación con los fans en general

Edad	Fans del <i>vidding</i>	Fans en general
13 años o menos	1,2	0,7
De 14 años a 18 años	17,5	12,5
De 19 años a 23 años	30,5	26,2
De 24 años a 28 años	21,7	20,6
De 29 años a 33 años	13,6	15,8
De 34 años a 43 años	12,4	18,8
De 44 años a 53 años	2,3	3,7
Más de 54 años	0,2	0,7
NC	0,6	0,9
N	100,0	100,0

Fuente: elaboración propia.

Más de la mitad de los fans del *vidding* encuestados están en la franja de edad entre los 19 y los 28 años, esa también es la franja de edad con más participantes entre los fans en general, pero en menor medida, donde había fans bastante más mayores. De hecho, en la franja donde se nota más el descenso de fans *vidders* en comparación con los fans en general es en la de mayores de 34 años.

Tabla 169. Edad de los fans del *vidding* según género

Edad	Mujeres	Hombres
13 años o menos	1,0	2,3
De 14 años a 18 años	18,0	15,5
De 19 años a 23 años	32,4	23,2
De 24 años a 28 años	23,4	15,5
De 29 años a 33 años	13,0	15,9
De 34 años a 43 años	10,0	21,4
De 44 años a 53 años	1,5	5,5
Más de 54 años	0,1	0,5
NC	0,5	0,5
N	100,0	100,0

Fuente: elaboración propia.

Como también ha sucedido en otras secciones, la edad media de las mujeres fans de *vidders* es relativamente menor a la de los hombres, aparte de que, en el caso de los hombres, no hay picos tan marcados.

Tabla 170. Nacionalidad de los fans del *vidding* en comparación con los fans en general

Nacionalidad	Fans de <i>vidding</i>	Fans en general
España	76,1	81,3
México	7,9	5,7
Argentina	5,0	4,3
Chile	2,2	1,8
Venezuela	2,2	1,6
Colombia	1,7	1,8
Perú	1,0	0,7
Uruguay	0,9	0,7
Costa Rica	0,5	0,4
Resto de países hispanohablantes	2,1	1,3
Otros países no hispanohablantes	0,6	0,3
NC	0	0,1
N	100,0	100,0

Fuente: elaboración propia.

En relación a su nacionalidad, y como no podía ser de otra manera, la mayor parte de los *vidders*, como pasa con la mayor parte de los fans en general, son españoles. Pero también como ocurre en las otras ocasiones, son menos en comparación. Y, por lo tanto, hay más fans del *vidders* no españoles que fans en general, a un nivel muy parecido al de fans del *fanart*, pero bastante menor que al de lectores de *fanfiction*.

Tabla 171. Nacionalidad de los fans del *vidding* según género

Nacionalidad	Mujeres	Hombres
España	73,3	87,3
México	9,1	2,7
Argentina	5,4	3,2
Chile	2,6	0,9
Venezuela	2,4	1,4
Colombia	1,7	1,8
Perú	1,2	0,0
Uruguay	1,0	0,5
Ecuador	1,1	0,0
Costa Rica	0,5	0,5
Otros países no hispanohablantes	0,9	2,9
Otros países no hispanohablantes	0,7	0
NC	0,0	0,0
N	100,0	100,0

Fuente: elaboración propia.

Y también como pasaba en otras ocasiones, son las mujeres no españolas las que ganan importancia con respecto a las actividades que realizan, aunque en un tanto por ciento muy limitado (el que da su participación en esta encuesta).

Tabla 172. Últimos estudios finalizados de los fans del *vidding* en comparación con los fans en general

Estudios finalizados	Fans del <i>vidding</i>	Fans en general
Educación primaria	2,7	2,3
Educación secundaria	18,5	14,1
Educación preuniversitaria	26,0	22,9
Formación profesional	12,6	13,1
Educación universitaria	27,4	31,1
Postgrados, doctorados, masters	12,8	16,4
NC	0,1	0,1
Total	100,0	100,0

Fuente: elaboración propia.

También, como en otros casos y desde luego como en el caso de los fans en general, los fans del *vidding* son principalmente titulados preuniversitarios (un 26 %) o universitarios (un 27 %). Y seguramente debido a la menor edad de estos frente a los fans en general, hay más titulados en educación secundaria y menos con postgrados.

Tabla 173. Últimos estudios finalizados de los fans del *vidding* según género

Estudios finalizados	Mujeres	Hombres
Educación primaria	2,4	3,6
Educación secundaria	18,3	19,1
Educación preuniversitaria	27,1	21,8
Formación profesional	11,2	17,7
Educación universitaria	27,9	25,5
Postgrados, doctorados, masters	12,9	12,3
NC	0,1	0,0
N	100,0	100,0

Fuente: elaboración propia.

Al tratar el tema desde el punto de vista del género, también se repiten patrones comunes. Como, por ejemplo, que hay más mujeres cuyos últimos estudios finalizados sean preuniversitarios, en comparación con los hombres *vidders*. Y que el número de titulados universitarios sea muy parecido, aunque un poco más alto para las mujeres. También destaca que los hombres tienen mayor número de titulados en formación profesional.

Tabla 174. Ocupación de los fans del *vidding* en comparación con los fans en general

¿Qué haces en la actualidad?	Fans del <i>vidding</i>	Fans en general
Estoy trabajando	23,8	31,5
Estoy buscando trabajo	8,6	8,6
Estoy intentado montar mi propio negocio	0,9	1,2
Estoy a cargo de la casa, los hijos o personas enfermas	1,2	1,1
Estoy jubilado	0,0	0,3
Estoy cursando estudios inmediatamente superiores a mi última titulación	29,6	24,3
Estoy estudiando idiomas	3,4	2,5
Estoy estudiando algo relacionado con la informática: programación, diseño gráfico, creación de páginas web	2,1	1,9
Estoy estudiando (otra opción no nombrada en la encuesta) o estoy estudiando una mezcla de lo nombrado en la encuesta	11,3	12,7
Estoy buscando trabajo. Estoy estudiando	5,8	4,5
Estoy trabajando, Estoy estudiando	7,0	4,8
Otras opciones y diversas combinaciones	5,8	6,3
NC	0,4	0,4
N	100,0	100,0

Fuente: elaboración propia.

Si unimos todas las opciones posibles, algo menos de la mitad de los encuestados están estudiando, unos cuantos tantos por cientos más que los fans en general. Y un cuarto de los fans del *vidding* está trabajando, un 8 % menos que los fans en general.

Tabla 175. Ocupación de los fans de *vidding* según género

¿Qué haces en la actualidad?	Mujeres	Hombres
Estoy trabajando	21,2	33,2
Estoy buscando trabajo	8,5	8,6
Estoy intentado montar mi propio negocio	0,6	1,8
Estoy a cargo de la casa, los hijos o personas enfermas	1,6	0,0
Estoy jubilado	0,0	0,0
Estoy cursando estudios inmediatamente superiores a mi última titulación	30,9	25,5
Estoy estudiando idiomas	3,4	2,7
Estoy estudiando algo relacionado con la informática: programación, diseño gráfico, creación de páginas web	1,5	4,5
Estoy estudiando (otra opción no nombrada en la encuesta) o estoy estudiando una mezcla de lo nombrado en la encuesta	12,6	6,8
Estoy buscando trabajo. Estoy estudiando	6,2	4,5
Estoy trabajando, Estoy estudiando	7,2	6,4
Otras opciones y diversas combinaciones	6,0	5,5
NC	0,4	0,5
N	100,0	100,0

Fuente: elaboración propia.

Como ha pasado en otras ocasiones, con respecto al tema de la ocupación actual de los fans, hay muchas más fans mujeres del *vidding* que están estudiando, en cualquiera de sus variantes, que hombres y hay muchos más fans hombres del *vidding* que están trabajando. No hay ninguna otra opción que resulte destacable.

B. PRODUCTOS CULTURALES MÁS SEGUIDOS POR LOS FANS DEL *VIDDING*

Como ya ha pasado en las ocasiones anteriores, la relación de los fans del *vidding* con los productos culturales de los que son fans es muy similar a la de los fans en general.

Más de la mitad de los fans del *vidding* entran en el *fandom* a través de series de televisión, en un tanto por ciento bastante mayor al de fans en general, los lectores de *fanfiction* y fans del *fanart*. Es sí, el top cinco no cambia mucho en el orden con respecto a los fans en general, pero sí en los porcentajes. Lo que han ganado las series, lo van perdiendo el resto de las opciones, menos en el caso de otros, varios y todas. Parece ser que al fan del *vidding* le cuesta un poco más decidirse por una opción.

Tabla 176. Principalmente a través de qué producto cultural se hacen fans los fans del *vidding* encuestados en comparación con los fans en general

Producto cultural a través del cual te haces fan	Fans del <i>vidding</i>	Fans en general
Series de televisión	55,0	48,3
Libros	18,1	21,7
Películas	10,8	11,3
Cómics	4,2	6,6
Videojuegos	3,7	6,0
Otros	2,6	2,2
Varios	2,9	1,9
Todas	2,7	1,9
NC	0,0	0,1
N	100,0	100,0

Fuente: elaboración propia.

Como también hemos visto anteriormente, las mujeres entran mucho más a través de las series de televisión en el mundo del *fandom*, y con las fans del *vidding* no es diferente. Casi un 20 % de mujeres se decantan por las series, seguido bastante de lejos por los libros y las películas. En el caso de los hombres, los resultados son mucho más homogéneos y, aunque casi un 40 % entran a través de las series, un 23 % lo hace a través de las películas, un 13 % de los libros, un 11 % de los cómics y un 10 % de los

videojuegos. Y son ellas, normalmente, las que no se pueden decidir por una sola forma preferida de entrar en el *fandom* y las que también dan otras opciones a las propuestas.

Tabla 177. Principalmente a través de qué producto cultural se hacen fans los fans del *vidding* según género

Producto cultural a través del cual te haces fan	Mujeres	Hombres
Series de televisión	59,3	39,5
Libros	19,5	13,2
Películas	7,4	23,2
Cómics	2,4	10,9
Videojuegos	2,2	9,5
Otros	3,0	1,0
Varios	3,5	0,5
Todas	2,7	2,3
NC	0	0
N	100,0	100,0

Fuente: elaboración propia.

En referencia a los productos favoritos de los *vidders*, como en otras ocasiones, los porcentajes se mueven un poco, pero el top diez apenas varía. Siguen en las primeras posiciones de interés de los fans Harry Potter, Marvel y *Star Wars*, como veíamos en los fans en general y en otros apartados ya analizados. Harry Potter aumenta un poco con respecto a los fans en general, como también veíamos en los fans de *fanart*, mientras que en los lectores de *fics* aumentaba mucho más en comparación.

Tabla 178. Productos, personajes o universos de los que son más fans los fans del *vidding* y los fans en general

¿De qué eres o has sido fan?	Fans del <i>vidding</i>	Fans en general
Harry Potter	46,8	41,0
Marvel	28,8	25,5
<i>Star Wars</i>	14,9	16,4
<i>Juego de Tronos</i>	11,1	13,3
<i>El Señor de los Anillos</i>	11,4	12,8
<i>Expediente X</i>	10,4	8,7
<i>Doctor Who</i>	10,2	8,6
DC	6,9	6,6
<i>Los juegos del hambre</i>	8,1	6,3

Fuente: elaboración propia.

Con respecto a la diferencia de gustos por género, no nos queda más que decir lo repetido en otras ocasiones. Aunque Harry Potter se mantiene en las más altas

posiciones dentro de los gustos de los fans, siempre se mantiene en una primera posición muy ventajosa con respecto a las féminas, pero no así en el caso de los hombres. Un 20 % de los encuestados como fans del niño mago, baja, por primera vez, a una 4ª posición, siendo superado, no solo por Marvel y *Star Wars*, si no por *El Señor de los Anillos*.

Tabla 179. Productos, personajes o universos de los que son más fans los fans del *vidding* según género

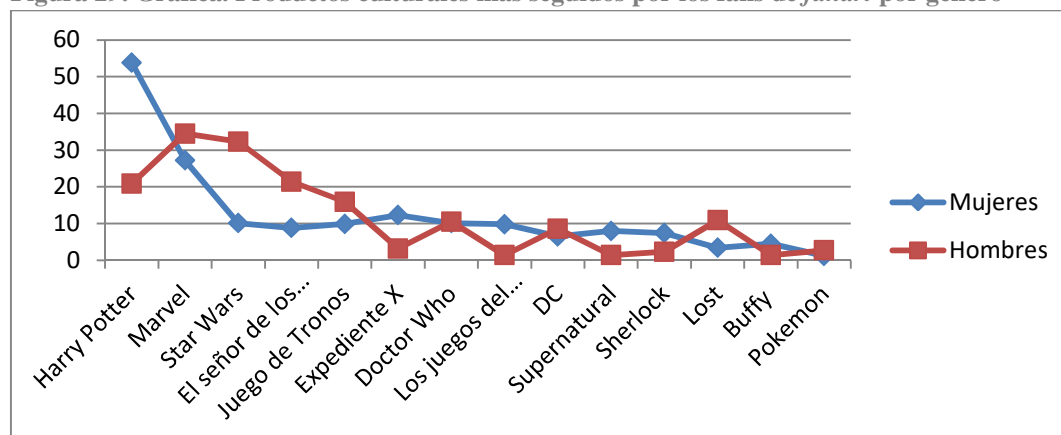
¿De qué eres o has sido fan?	Mujeres		Hombres	
	Fans del <i>vidding</i>	Fans en general	Fans del <i>vidding</i>	Fans en general
Harry Potter	53,8	52,3	20,9	19,4
Marvel	27,2	22,8	34,5	30,9
<i>Star Wars</i>	10,1	10,8	32,3	27,4
<i>Juego de Tronos</i>	9,9	11,7	15,9	16,7
<i>El Señor de los Anillos</i>	8,8	10,2	21,4	17,8
<i>Expediente X</i>	12,3	10,6	3,2	5,0
<i>Doctor Who</i>	10,1	9,1	10,5	7,5
DC	6,5	5,1	8,6	9,4
<i>Los juegos del hambre</i>	9,8	8,8	1,4	1,5
Sherlock Holmes	7,4	6,0	2,3	2,1

Fuente: elaboración propia.

Menos con *Doctor Who*, cuyo grado de interés en porcentajes es muy similar, todos los productos cambian significativamente de porcentaje al dividirlos por género.

El top cinco de mujeres es: Harry Potter, Marvel, *Expediente X*, *Star Wars* y *Doctor Who*. Mientras que el top cinco de hombres es: Marvel, *Star Wars*, *El Señor de los Anillos*, Harry Potter y *Juego de Tronos*.

Figura 29. Gráfica. Productos culturales más seguidos por los fans de *fanart* por género



Fuente: elaboración propia.

C. EL FANDOM DE LOS FANS DEL VIDDING

Normalmente, los fans del *vidding*, a no ser que YouTube les recomiende un *fanvid* al azar, tienen que buscar esos productos activamente y, por lo tanto, eso debería de tener repercusión en su visión del *fandom*. Y así parece.

De todos los fans del *vidding* que contestaron nuestra encuesta, un 83 % (886 personas) se identifican como parte de un *fandom*, por lo tanto, menos de un 20 % de los fans del *vidding* no se consideran, ni se han considerado, parte del *fandom*, un tanto por ciento muy menor al de los fans en general, pero elevado de todas formas.

Tabla 180. Fans del *vidding* que se consideran o se han considerado parte del *fandom* en comparación con los fans en general

Identificación como miembros del <i>fandom</i>	Fans del <i>vidding</i>	Fans en general
Sí	83,0	64,2
No	16,7	35,6
NC	0,3	0,2
Total	100,0	100,0

Fuente: elaboración propia.

Como también hemos visto en otros puntos, las mujeres se identifican mucho más dentro del *fandom* que los hombres. En este caso, las seguidoras del *vidding* se consideran o han considerado parte de un *fandom* en un 90 % de los casos, mientras los hombres fans del *vidding* no llegan a un 60 %. Porcentajes muy parecidos al de los lectores de *fanfiction*, aunque, en ese caso, los hombres se sentían un poco más como parte del *fandom*.

Tabla 181. Fans del *vidding* que se consideran o se han considerado parte del *fandom* según género

Identificación como miembros del <i>fandom</i>	Mujeres	Hombres
Sí	89,8	57,7
No	9,9	42,3
NC	0,4	0,0
Total	100,0	100,0

Fuente: elaboración propia.

A las personas que contestaron afirmativamente a la pregunta anterior, les preguntamos si habían formado parte del *fandom* antes de conocerlo en la red y las respuestas fueron muy parecidas a otros casos, mitad y mitad.

Tabla 182. Fans del *vidding* que formaban parte de un *fandom* antes de conocerlo a través de Internet

Pertenencia al <i>fandom</i> antes de Internet	Fans del <i>vidding</i>	Fans en general
Sí	52,5	49,9
No	47,4	49,7
NC	0,1	0,3
Total	100,0	100,0

Fuente: elaboración propia.

En el caso de los hombres, parece que conocían el *fandom* antes de encontrarlo en Internet en un número más elevado que las mujeres, seguramente porque, como ya hemos visto a lo largo de todo este análisis, suelen ser mayores y, por lo tanto, pueden llevar más tiempo conociendo el mundo de los fans.

Tabla 183. Fans del *vidding* que formaban parte de un *fandom* antes de conocerlo a través de Internet según género

Pertenencia al <i>fandom</i> antes de Internet	Mujeres	Hombres
Sí	51,8	59,8
No	48,1	40,2
NC	0,1	0,0
N	100,0	100,0

Fuente: elaboración propia.

Los fans de los *vidding* tampoco son muy dados a comentarlos, solo lo hacen en menos de un 20 % de los casos. Más fans están dispuestos, sin embargo, a retuitear o reblogear. Algo más de un 60 %, aunque ciertamente tampoco es mucho, ya que es la forma más simple de «agradecer» su trabajo a los creadores de *vidding*. Pero lo cierto es que solo un 40 % de los fans del *vidding* buscan nuevo material al entrar en un nuevo *fandom* y solo un 32 % están suscritos a sus canales.

Tabla 184. Actitudes de los fans del *vidding* sobre el *feedback* con los autores

Opciones que más se ajusten a tu relación con el <i>feedback</i>	Total
Comento los <i>fanvid</i> que me gustan	18,6
Cuando entro en un nuevo <i>fandom</i> busco <i>vidding</i>	39,5
Reblogo, retuiteo... los <i>fanart</i> que me gustan	62,0
Tengo a mis creadores de <i>fanvid</i> favoritos y estoy suscrita a sus canales de YouTube o Vimeo	31,8

Fuente: elaboración propia.

Una vez que lo dividimos en sexos, como ya pasaba en el *fanart*, los hombres son más dados a comentar, pero sigue siendo en un tanto por ciento muy pequeños: un 19 % de

las fans del *vidding* comentan frente a un 21 % de ellos. Y, sin embargo, ellas rebloguean muchísimo más que ellos, más del doble. También reconocen buscar *fanvid* al entrar en un nuevo *fandom* en un 30 % más que ellos y están suscritas a sus canales de *fanvid* favorito en un 13 % más.

Tabla 185. Actitudes de los fans de *vidding* sobre el *feedback* con los autores según género

Opciones que más se ajusten a tu relación con el <i>feedback</i>	Mujeres	Hombres
Comento los <i>fanvid</i> que me gustan	17,8	21,4
Cuando entro en un nuevo <i>fandom</i> busco <i>fanvid</i>	43,7	13,0
Reblogo, retuiteo... los <i>fanart</i> que me gustan	64,0	30,2
Tengo a mis creadores de <i>fanvid</i> favoritos y estoy suscrita a sus canales de YouTube o Vimeo	31,3	18,5

Fuente: elaboración propia.

3.6. CONCLUSIONES

En términos generales, el grueso de los fans que forman parte del *fandom* son mujeres jóvenes, en la veintena, que están cursando estudios universitarios. Es entendible este rango de edad dominante, normalmente las responsabilidades no son excesivas y la gente se puede centrar más en sus *hobbies*, mientras estudia, por lo menos en la actualidad y más de una manera activa. Aunque se han encontrado fans en todas las franjas de edad propuestas, tanto hombres como mujeres (el descenso solo es significativo en menores de 14 y mayores de 43).

Acotando un poco, la mayor parte de los fans, en todas las categorías, se encuentran entre el rango de 19 y 23 años, menos en el caso de los *vidders*, en el cual aumenta la edad y el rango con mayor número de personas es la de 24 a 28 años. Sin embargo, en todos los casos nos encontramos con una clara diferencia y es que, mientras el mayor número de fans femeninas, si está entre los 19 y los 23 años, en los hombres el rango de edad mayoritario está entre los 34 y 43 años.

¿A qué se puede deber esto?

Parece ser que los hombres llevan más tiempo formando parte del *fandom*, los datos parecen así avalarlo, por lo menos en el caso de los fans hispanohablantes, ya que en el libro de Henry Jenkins, *Piratas de textos*, ya vimos que la gran mayoría de fans femeninas angloparlantes, principalmente creadoras, en los 70 y 80 eran mujeres. Tal vez por eso, también tienden a desaparecer antes del *fandom*, porque disfrutan más del

mundo de los fans realizando actividades que ocupan una buena cantidad de tiempo y que tal vez tengan que dejar de hacer cuando sus responsabilidades aumentan.

El decaer de los fans a partir de los 44 años, tanto de hombres, como mujeres, puede deberse simplemente al abandono (con el paso de los años, debido a la acumulación de actividades diarias, se puede tender a abandonar los *hobbies* más exigentes) o también puede tener relación con que nunca hubo muchos fans nacidos antes de los años 70 en el mundo hispanohablante. Así como también hay que tener en cuenta, que se puede deber a un menor interés de los encuestados de esa edad por las tecnologías en las que en la actualidad se desarrolla el fenómeno fan, y el medio donde se ha dado a conocer esta encuesta.

Con respecto a la nacionalidad de estos fans, ya lo hemos comentado, no sabemos si por cuestiones logísticas o porque sea la realidad, la encuesta fue contestada mayoritariamente por fans españoles. Relegados al segundo y tercer lugar, pero con mucha diferencia, mexicanos y argentinos.

Aun así se revela, que en el mundo del *fanfic* (escritores, lectores y *betas*) más o menos el 30 % de los encuestados son hispanohablantes, pero no españoles. El porcentaje desciende hasta más o menos un 20 % en el caso de los creadores de *vidding*, que es el porcentaje que había en los fans en general. Por lo tanto, en comparación, los fans hispanohablantes sí que se involucran más en las actividades del *fandom*, menos en el caso del *vidding*, sobre todo en el caso de las mujeres. De hecho, si lo vemos desde la perspectiva de género, en esta encuesta, todas las mujeres hispanohablantes están más implicadas en todas las actividades que los hombres hispanohablantes, menos en el caso de Colombia. Aunque también es cierto, que justamente Colombia, es el cuarto país con más hombres implicados en el mundo de los fans, siempre según las respuestas recogidas del cuestionario.

Si hablamos de los estudios finalizados, la inmensa mayoría de los fans tienen títulos universitario o preuniversitarios, en el caso de preuniversitarios desde un 22 % de los *betas* a un 27 % de los escritores de *fanfic* y en el caso de títulos universitarios, van desde el 17 % de los fans del *vidding* al 33 % de las *betas*.

Cuando miramos el tema de los estudios desde el punto de vista de género, las diferencias suelen ser muy pequeñas y solo notamos cambios bruscos de porcentajes en

lo que se refiere a tituladas en educación preuniversitaria, sobre todo mujeres, y titulados en formación profesional, sobre todo hombres, pero estas diferencias se pueden considerar las habituales en cuanto a gustos de estudio en ambos sexos, así como probablemente influya la edad media de los encuestados.

Las diferencias más destacadas se ven en los creadores de *vidding* donde, por ejemplo, hay un 26 % de mujeres con educación preuniversitaria frente a un 11 % de ellos, en el caso de la formación profesional hay un 13 % de mujeres frente a un 24 % de ellos. Pero también es cierto que el número total de hombres creadores de *vidding* es de 54 fans, y los datos se ven afectados aunque los cambios sean ligeros.

De todos modos, dada la edad de los encuestados y la situación sociocultural actual, no son nada sorprendentes estos datos, al igual que el hecho de que los fans, como la mayor parte de la población, estudia o trabaja. En este caso del 23 % al 26 % de los fans que realizan actividades se encuentran en una situación laboral activa, porcentaje bastante menor que el de los fans en general que ronda el 32 %. Todo dentro de lo normal, ya que el trabajar resta tiempo de este tipo de actividades, pero no te impide ser fan. Así mismo y dependiendo de actividades, del 22 % de los *betas* al 30 % de los escritores o fans de *vidders*, están cursando estudios inmediatamente superiores a los últimos cursados, cifras que rondan el 25 % de los fans en general.

Estos datos apoyan que es posible que los *betas* sean un poco mayores que el resto de los fans, ya que estudian menos y, como vimos en el apartado anterior, suelen tener titulaciones universitarias.

Si separamos la ocupación de los fans en géneros, las diferencias siempre son muy notables: las mujeres estudian más, los hombres trabajan más, seguramente porque ellas son más jóvenes y ellos más mayores. También puede tener que ver el hecho de que por estadística las mujeres estudian más años que los hombres, según la OCDE en su informe *Panorama de la Educación 2018* un 50 % de las mujeres españolas de entre 25 a 34 años tenían estudios universitarios en 2017 frente al 38 % diez años antes, mientras que entre los hombres los porcentajes pasaron del 30 % en el 2007, al 38 % en el 2017.

Esas mujeres jóvenes, que parecen ser el abanderado del *fandom*, también suelen entrar en él mayoritariamente a través de las series de televisión. De hecho, en todas las categorías analizadas, aproximadamente la mitad de los fans encuestados siempre entran

en un nuevo *fandom* a través de series de televisión. ¿La explicación? Vamos a centrarnos en la que parece más evidente: la serialidad o continuidad. De hecho los productos más seguidos por los fans que no son series, también son sagas, libros y películas que se desarrollan en diferentes partes a lo largo del tiempo. Es muy difícil crear un vínculo con un producto concreto, que una vez consumido no va a tener continuidad. Las series, las sagas, hacen posible que se cree un vínculo, lo que permite una continua actualidad y espera que retroalimenta al propio *fandom* y a los productos que se crean en él.

Las mujeres parecen mucho más dadas a la creación de estos productos y por lo tanto es normal que sean más seguidoras de estos, al mismo tiempo que son los mismos por los que se ven introducidas en el *fandom*. Los hombres fans parecen mucho más silenciosos dentro del *fandom* y también puede ser porque se hacen fan de productos cuya generación de retroalimentación es menor, en algunos casos o en sectores más minoritarios.

Otra cosa interesante de estudiar sería el hecho de que el fenómeno Harry Potter, 21 años después de la publicación del primer libro y 8 años después del estreno de la última película, sin contar *Animales Fantásticos* y *dónde encontrarlos*, siga estando tan presente en la cabeza de los fans, sobre todo de las fans femeninas. Está claro que la larga espera entre libro y libro, ha fomentado la creación de material fan, principalmente *fanfic*. Ya hemos hablado del *fanfic Harry Potter y el Ocaso de los Altos Elfos* de Frances Káeser (Francisca Soler) que con sus 800 páginas se adelantó al sexto libro de J.K. Rowling. También es cierto que J.K. Rowling no ha dejado de hablar y de ofrecer material nuevo o remodelado. Pero realmente ha sido el *fandom* el que nunca ha dejado de estar presente, apoyar al producto y pedir más. ¿Por qué mujeres cuando el libro se publicó con seudónimo masculino para no «ahuyentar» a los posibles lectores masculinos? Hay mujeres fuertes, a las que maximizar en el *fandom*, como Hermione Granger, y muchas relaciones interpersonales, que son las que más se necesitan para crear material fan.

Con respecto a los diferentes fans creadores, decir que los que más se identifican dentro del *fandom* son los escritores de *fanfiction*, seguidos por los *vidders* y quedando en último lugar los creadores de *fanart*, pero siempre las mujeres sienten mayor pertenencia dentro del *fandom*, nunca bajando del 80 %.

Las mujeres fans se sienten cómodas dentro de un tipo de *fandom*, que tal vez, han creado a su medida y que se aleja ligeramente de las narrativas transmedia oficiales y también se sienten cómodas interrelacionando con otros fans, sobre todo en aquello relacionado con el *fanfiction*, así que con el paso del tiempo se ha convertido en una pequeña isla femenina. Ellos escriben menos (solo un 13 % de los fans encuestados dicen escribir, frente al 41 % de ellas), publican menos (un 35 % de los escritores hombres nunca han publicado sus *fanfics*,) y también es posible que se interesen menos por los temas que se tratan, marcados por las relaciones interpersonales de los personajes preferidos de cada *fandom*.

En este caso me gustaría citar a Mar Guerrero, investigadora sobre transmedia y *fandom*, con respecto a la nominación de Archive of Our Own, la web de *fanfiction*, a los Premios Hugo (importante galardón en el ámbito de la ciencia ficción y la fantasía), dentro de la categoría de Mejor Obra Derivada. Ella comentaba que esta nominación «pone en valor una forma concreta de «hacer *fandom*», alejada de los circuitos oficiales y no mercantilizada, en el que las mujeres y las minorías juegan un papel fundamental».

Desde el punto de visto de la formación y de la comunidad en relación con este punto, nos queda claro que el *fandom* sí que arrastra a un buen número de personas a aprender o mejorar técnicas, pero no tanto así a compartirlas, y el *feedback* cada vez es menor si se sale de las micro comunidades dentro de otras más grandes.

Casi la mitad de los escritores de *fanfic*, ya escribían antes de hacerlo para el *fandom*, así que el *fandom* ha fomentado la escritura a personas a las que ya les gustaba escribir, pero más importante todavía, ha hecho que un gran número de personas, el otro 50 %, lo intente. Por otro lado, algo más del 40 % de los escritores de *fics* consideran que desde que escriben *fics* su técnica ha mejorado y que se fijan en cosas en que antes no se fijaban. En el caso de las mujeres alcanza un 44 %, mientras que en el caso de los hombres se queda en un 31 %.

Con respecto al *fanart* y al *vidding*, nos encontramos con menos de un 10 % de fans que son ilustradores o diseñadores y algo menos de la mitad no ha recibido clases de dibujo o diseño, así que son autodidactas. De hecho casi un 30 % afirma que aprendió a manejar un programa de manipulación fotográfica para poder hacer manipulaciones y *gifs* sobre lo que eran fan. Por el lado de los *vidders*, más del 60 % de los *vidders* encuestados se considera autodidacta, y dice nunca haber recibido clases de edición de

vídeo, y no solo eso, sino que reconoce haber aprendido a manejar un programa de edición con el fin de hacer *fanvid*.

Eso sí, solo un 10 % de los creadores de *fanart* comparte técnicas con otros creadores, un 8 % si son *vidders* y apenas un 6 % hace tutoriales para ayudar a otros creadores, un 4 % si son *vidders*.

4. TRECE FAN ARTISTAS HABLAN SOBRE EL *FANDOM*

4.1. FANS ENTREVISTADOS

En esta parte del estudio se ha buscado conocer y recabar la opinión y la experiencia personal de 13 fans creadores de contenidos de diferentes *fandoms*, disciplinas, nacionalidades, géneros y edades, todos ellos hispanohablantes, acerca de su experiencia personal como fans dentro de diferentes *fandoms* y de aquello que han aprendido a lo largo de los años gracias a su afición.

Tabla 186. Datos básicos de los participantes en las entrevistas

<i>Nick</i>	Género	Año de nacimiento	Nacionalidad	Actividades en el <i>fandom</i>
The true in your eyes	Mujer	1998	Mexicana	Escritora de <i>fanfics</i> .
Lady Sil	Mujer	1994	Española	<i>Vidder</i> .
DeyaRedfield	Mujer	1992	Mexicana	Escritora de <i>fanfics</i> y <i>gamer</i> .
MrsMancuspia	Mujer	1991	Mexicana	Fan artista (ilustradora). También escribe <i>fanfic</i> .
Clara2222	Mujer	1990	Española	<i>Vidder</i> y <i>podcaster</i> .
Lizeeeee	Mujer	1988	Española	Fan artista (ilustradora).
Agente de Marvel	Hombre	1988	Español	<i>Youtuber</i> y <i>blogger</i> . También ha hecho subtítulos, ha escrito <i>fanfics</i> y hecho <i>fanart</i>
Sixphanel	Mujer	1987	Española	Escritora de <i>fanfic</i> . También fan artista.
Slayerrr	Mujer	1985	Española	<i>Webmaster</i> , <i>podcaster</i> , creadora de <i>fanart</i> y <i>vidding</i> . Ha hecho subtítulos.
KalEl el Vigilante	Hombre	1977	Español	Escritor de <i>fanfic</i> y <i>blogger</i> .
Sra. Cheg	Mujer	1975	Española	Subtituladora. También ha escrito <i>fanfic</i> y ha hecho <i>fanart</i> y <i>vidding</i> .
Enia	Mujer	1974	Argentina	<i>Beta-reader</i> y escritora de <i>fanfic</i> .
Marion	Mujer	1970	Española	Escritora de <i>fanfic</i> y <i>beta-reader</i> . También creadora de <i>fanart</i> y de <i>vidding</i> .

Fuente: elaboración propia.

La muestra cuenta con creadores relevantes, por diversos motivos, (sobre todo por su reconocimiento y notoriedad en diferentes *fandoms*, premios, número de subscriptores o una larga y prolífera trayectoria dentro de sus respectivos *fandoms*) de escritores de

fanfic, *betas*, creadores de *fanart*, *vidders* y subtituladores (y en algunos casos la suma de todo lo anterior), de las nacionalidades más representativas en el *fandom* hispanohablante como son la española (9), la mexicana (3) y la argentina (1) y con una horquilla de edades muy amplia, contamos con fans que nacieron desde 1970 a 1998.

Respecto al género de las personas entrevistadas, hubiera sido deseable contar con una muestra más igualada entre varones y mujeres, o al menos, una mayor representación masculina, lo que no ha sido posible. Esta dificultad radica en que, por una parte, el *nick* o apodo utilizado no permite identificar el género; por otra, la dificultad para conseguir un contacto fructífero que resulte en la obtención de las respuestas buscadas. No obstante, a partir de las observaciones previas, parece una proporción satisfactoria ya que es indudable que en las actividades que aquí queríamos tratar el tanto por ciento de creadoras femeninas es mucho más alto que el de creadores masculinos.

Me sorprendió mucho, hace dos años⁵⁷ cuando empecé a ser consciente de que la producción de *fanfic* es principalmente femenina, porque nunca había sido consciente de ello. No es que yo escribiera ni leyera mucho *fanfic*, pero cuando empecé, que tenía... el primero que escribí tendría 17 años, te estoy hablando del 94, era algo completamente heterogéneo, había hombres, mujeres, no había ningún tipo de especialización. Y en ese hueco en medio, mi teoría es que puede ser a partir de *Buffy*, *cazavampiros* empieza a ser la creación muy femenina.

KalEl el Vigilante

Apoyando esta teoría **Marion** otra de las escritoras más veteranas, comentó «Yo me he topado con un escritor de *fanfic* en mi vida, y fue al principio del todo», haciendo una estimación respecto a su experiencia se atrevía a comentar que el 99,9 % de escritores de *fanfic* son mujeres. Y por observación, la estadística no parece muy diferente con respecto a otras actividades, aunque la encuesta que hicimos anteriormente sí que parecía dar más fans creadores masculinos al *fandom*.

Sea como fuere queremos agradecer mucho su colaboración a estas 13 personas y a todas las demás con las que nos pusimos en contacto y que por diferentes motivos al

⁵⁷ Aproximadamente en el año 2017.

final no pudieron colaborar, porque todos ellos fueron muy participativos, agradables y colaboradores.

4.2. EL *FANDOM* PARA FANS

4.2.1. DEFINICIONES

Uno de los primeros objetivos de esta investigación era conseguir una definición lo más cercana a la realidad y completa posible de lo que es el *fandom*, ya que no tiene una definición «oficial» y mucho menos en castellano, aunque cada vez es un término más utilizado.

Ya dedicamos un espacio más o menos amplio a esta definición al comienzo de este estudio, a partir de la revisión de todas aquellas definiciones que ha sido posible encontrar hasta el momento, pero no queríamos dejar pasar la oportunidad sin preguntar a aquellos que lo viven a diario, y que por lo tanto pueden tener de él una visión más real, ¿qué es el *fandom*?

Marion: «Ese ente que aglutina a gente que le gusta una misma cosa referente, por ejemplo, a una serie en concreto, una película en concreto, un libro en concreto. (...) El ente que aglutina a personas con los mismos gustos».

MrsMancuspia: «El *fandom* no es, si no hay personas. El *fandom* es la gente que se reúne y empieza a general grupos y contenidos de sus series favoritas, una serie puede ser muy popular que hasta que no tenga seguidores no hay *fandom*. La gente es la que lo generó. Esos grupos de gente, casi séquitos, personas que adoran o buscan saber más sobre la serie».

Clara2222: «Un grupo de gente... iba a decir friki. Un grupo de gente al que le gustan las mismas cosas, series, películas, esas cosas».

DeyaRedfield: «Es ese pequeño pedacito de comunidad que tenemos en Internet sobre algo que nos gusta o nos encanta. Es donde podemos compartir nuestros gustos, nuestras opiniones...

todo. Cuando no tenemos gente conocida, así en la vida real, a la que le puedas decir lo que te gusta existe el *fandom* para que puedas *fangirlear* a gusto».

Enia: «Es un colectivo de personas. Tiene como dos acepciones, por un lado el colectivo de personas que siguen alguna ficción en particular, cualquiera que sea su formato. Y por otro, está el conjunto de características y cuestiones establecidas de esa ficción en particular. Para mí el *fandom* tiene dos caras, tiene la cara de grupo social que lo conforma y de definiciones y cosas aceptadas, ya sea de forma oficial, aceptadas por el creación de la ficción o de cosas aceptadas por el mismo colectivo. Definen, digamos, el universo de una ficción».

Agente de Marvel: «Es un grupo de personas que se reúnen para comentar sus series, películas, cómics, libros favoritos (...) Se crea como una especie de grupo de apoyo para todo. (...) Si necesitas unos subtítulos aparece alguien que te los haga, si necesitas un *fanart* o un tipo de Photoshop habrá alguien, como una comunidad. Dependiendo de la comunidad también. »

Sixphanel: «Es la comunidad que se crea alrededor de algo que te gusta mucho. En mi caso el *fandom* ha sido alrededor de películas y series. Sé que existen de otras cosas».

Slayerrrr: «La comunidad de gente que comparte una afición en común».

Lizeeeee: «Es el sitio donde cabe todo el mundo, en la que la gente es muy generosa, porque en el fondo todo el mundo está dando algo que hacen en su tiempo, simplemente por darlo, por contribuir. Es una comunidad de gente maja, en la que puedes disfrutar de un montón de cosas de entretenimiento, y además hacer un montón de amigos. Me parece que el *fandom* es la mejor comunidad donde se puede estar, unidos por un interés en común».

Sra. Cheg: «Una serie de gente aficionada a lo mismo, en este caso series de televisión, cómics... lo que quieras, que hablan y viven a través de eso (...) Hay mucha gente que vive a través del *fandom*».

Kalel el Vigilante: «Cualquier persona que sea fan de una serie, de un libro, de un cómic, de cualquier producto cultural, pertenece al *fandom* de ese género. Hay *fandom* más activo y hay *fandom* menos activo».

Lady Sil: «La comunidad de personas que se forma alrededor de un producto audiovisual, como es una serie de televisión o una película y tienen en común su amor por los personajes, la trama... Y a partir de ahí se desarrollan formas creativas como son los fan vídeos, el *fanfic*, el *fanart*...».

The true in your eyes: «Siento que es un grupo de personas que compartimos el mismo gusto hacia algo (...) Es como encontrar gente que es así, con tus gustos y con lo que piensas sobre un tema, una persona, sobre un género de música, puede ser sobre cualquier cosa».

A partir de estas 13 definiciones nos parece interesante plantear una que aúne todo lo expuesto anteriormente. Para nuestros entrevistados el *fandom* es...

Un conjunto de personas unidas por un gusto común. Una comunidad auto creada y auto gestionada que gira alrededor de una afición y que está basada en el principio de la generosidad, una especie de grupo de apoyo, donde se puede comentar, investigar y compartir todo tipo de material creativo.

4.2.2. VIDA EN EL FANDOM

A. LLEGADA AL FANDOM

Respecto a cómo nuestros entrevistados llegaron o conocieron diferentes *fandoms* a lo largo de su vida (participaran o no en ellos) hay bastantes variantes, aunque sí que parece claro, que la tónica común es que el desarrollo y conocimiento pleno de las

actividades de ese *fandom* o *fandoms* y su incorporación dentro de su vida diaria se diera con su entrada en Internet, pero no por un deseo explícito. Y es que el conocimiento y el gusto por ciertos productos culturales y el querer debatir sobre ellos comenzó, en muchos casos, mucho antes, pero solo si había oportunidad, la cual venía de la mano de otras personas a las que les gustara lo mismo en su círculo más cercano.

Yo he sido una obsesa siempre, pero claro, una obsesa que estaba sola. Cuando era pequeñita estaba súper obsesionada con las películas Disney, como todos los niños, pero estaba tan, tan obsesionada, de ponérmelas una y otra vez. Que por otro lado, es algo que ahora 28 años después sigo haciendo (...) Mi madre y mi padre decidieron que un año por Reyes, los Reyes Magos se llevaran mis películas, como una forma de castigo por todo lo que yo veía esas películas. Al año siguiente por Reyes me las trajeron todas otra vez (...) La obsesión siempre ha estado ahí, pero entrar en comunidad (de fans) fue a partir del colegio, con Embrujadas, con *Stargate* y con mi amiga C****. Y luego, todo el mundo que se abría en Internet. **Lizeeeee**

Por ejemplo, antes de que Internet y el conocimiento del *fandom* entrara en su vida, **Slayerrrr** nos comentaba que antes de saber qué pasaba en Internet ya era muy fan de *Expediente X* y formaba parte del *Círculo de Amigos de Expediente X*, o que por ejemplo iba a los eventos que se hacían en las librerías con cada nuevo lanzamiento de un libro de Harry Potter. **Sra. Cheg** compraba revistas relacionadas con el mundo de la televisión. **Lizeeeee** años después de recuperar sus películas Disney intercambiaba vídeos de la serie *Embrujadas* (1998-2006) con una amiga. **KalEl el Vigilante** nos dice que entró en el *fandom* (aunque seguro que él no lo sabía en ese momento) cuando era un niño pequeño inventándose y mezclando las historias de sus muñecos, personajes de dibujos... incluso hacía fichas de personajes. Luego empezó con los cómics que intercambiaba con su vecino de arriba. En el caso de **MrsMancuspia** ya tenía un conocimiento anterior sobre el *fandom* de *Star Wars*, como *fandom* propiamente dicho, de casi 10 años de antigüedad, pero fue más adelante, cuando una amiga le empezó a hablar del *ship* de *Reylo* cuando todo empezó a tener más sentido, y se dio cuenta de que

había mucha más gente a la que le gustaba esa pareja y que había «gente que escribe sobre esto. Y fue ahí cuando me empecé a meter en *fanfiction*, *fanwork* y cuando me dio el gusto por hacer *fanart*».

De todos modos, queremos dejar claro, que el *fandom* existía desde mucho antes de la aparición de Internet, básicamente, y en el mayor número de los casos, lo que hizo Internet y lo que desarrolló más el *fandom* fue la facilidad de unir a fans de todas las partes del mundo. Dar un punto de encuentro. Como comenta **Agente de Marvel** parece ser que «Internet es la clave de todo esto (...) Internet ayuda a conectar con otras personas, a romper las fronteras tanto físicas como de la lengua. Se ha globalizado todo de una forma descomunal». Y es que, aunque algunos de los entrevistados no mostraron interés alguno por el *fandom* antes de encontrarlo en Internet, como es el caso de **Enia**, en la mayoría de los casos el problema es el que acotaba **Marion** y es que «El *fandom* es como mínimo cosa de dos» por lo tanto si no había otras personas con las que compartir la afición, esta no se podía desarrollar más, cosa que solventó Internet, al poner en contacto gente con las mismas inquietudes fans. **Sixphanel** comentaba la sensación de vacío antes de Internet para poder desarrollar su afición.

Yo lo había pasado muy mal en el instituto, en plan en la ESO, porque me sentía muy sola en el mundo, porque a nadie le gustaba lo que me gustaba a mí. Llegue a escribir a la revista *Acción* para decir, oye... «Fans de *Star Wars* o de *El Señor de los Anillos* escribidme a este correo». **Sixphanel**

La mayor parte de los entrevistados comentan la alegría y el alivio que supuso no sentirse solos a la hora de hablar y compartir vivencias del que se acabaría convirtiendo en su *fandom*. Expresiones del tipo «Hay gente que piensa como yo», «No estoy sola, ya no estoy loca», «Soy un bicho raro, nadie ve lo mismo que yo» son muy comunes a lo largo de todas las conversaciones con fans. El *fandom* e Internet lograron solventar el problema de aquellos que buscaban otro tipo de ocio menos convencional, como el que ofrecen estas comunidades de fans.

Un caso muy excepcional que hemos encontrado, es el caso de **The true in your eyes** que siendo una escritora de *fanfic* con bastante renombre dentro de Wattpad no se siente dentro de una comunidad de fans, ni de un *fandom* determinado, aunque sí dentro de

Wattpad y su historia es muy interesante, porque es la inversa de todas las escuchadas anteriormente. **The true in your eyes** comentaba: «Yo en principio no sabía [lo que era el *fanfic* o el *fandom*], solo leía cosas originales de otras personas [en Wattpad], no basados en otros personajes. Historias originales de otras personas» y fue por casualidad que le empezaron, dentro de la propia página, a recomendar *fanfic* y ella empezó a leerlos, y se dio cuenta de que había muchos relatos de una pareja determinada que le parecía muy interesante, y al indagar un poco más, descubrió que la pareja pertenecía a la serie *Sherlock* (uno de los muchos productos que hay alrededor del personaje creado por Sir Arthur Conan Doyle, Sherlock Holmes), y fue entonces cuando empezó a ver la serie.

Sea como fuere, y hubiera o no conocimiento del mundo del fan anterior, lo que es cierto es que la llegada al *fandom* en Internet fue en el común de los casos, sobre todo en el caso de las fans más mayores, por casualidad, buscando en Internet, cuando tuvieron acceso a él, información sobre sus productos culturales favoritos. En otros casos, los menos, como en el caso de **MrsMancuspia** y **DeyaRedfield** fueron amistades las que les aconsejaron que entraran en Internet a buscar sobre su afición.

Por otro lado, la época en la que entraron a formar parte del *fandom* los entrevistados es muy dispar. Como ya hemos comentados, tenemos un rango de edad muy amplio, de unos 30 años, así que sería imposible acotar una época clave, pero en general sí que podemos decir que todos eran menores de 30 años cuando su historia en el *fandom* dentro o fuera de Internet comenzó.

B. RECORRIDO DE LOS FANS DENTRO DEL *FANDOM*

En este apartado vamos a tratar el recorrido de los fans dentro del *fandom*.

EL SENTIMIENTO DE PERTENENCIA

Todos los creadores de contenido entrevistados se han considerado parte de más de un *fandom* a lo largo del tiempo, menos **The true in your eyes**, que como ya hemos dicho aun escribiendo *fanfics* de Sherlock Holmes no se considera parte de su *fandom*, cosa que ella misma comenta «Siento que no, pero es más por la personalidad que yo tengo. (...) No me gusta ser parte de eso, porque me gustan muchas cosas, pero no me gusta como para entrar tanto en detalle» **The true in your eyes**.

Dicho esto y en primer lugar, queremos acotar algo que nos parece básico y que ya nos recuerda **Slayerrr** al comienzo de su entrevista, y es que no es lo mismo ser muy fan, que formar parte de un *fandom*. Ella lo expresa con claridad al preguntarle por los *fandoms* a los que ha pertenecido: «Te lo voy a contar en plan donde me he metido de verdad en el *fandom*, porque por ejemplo, yo soy muy fan de la Guerra de las galaxias, pero en el *fandom* no he estado», **Slayerrr**. Ella misma también aclara, que según su experiencia y punto de vista la diferencia entre ser muy fan de algo y formar parte de un *fandom* suele ser leer o no leer *fanfic*. Aunque no tiene que ser así para todo el mundo, la verdad es que esta actividad sí que se suele considerar bastante entre los fans como la línea que divide a fans, de miembros de un *fandom*.

Luego, parece claro, como ya vimos en el apartado anterior dedicado a las encuestas, que dejando a un lado grandes fenómenos de masas fans como por ejemplo, los libros de Harry Potter o las películas de *Star Wars*, son los *fandom* de series de televisión los más seguidos y a los que pertenece la mayor parte de la gente y un gran número de los entrevistados, según **Agente de Marvel** esto es algo normal ya que al tener las series cadencia semanal «la gente se engancha más», lo cual también podría explicar el relativamente reciente éxito del *fandom* de las películas de Marvel, que ha centrado su nueva narrativa fílmica en una estructura muy serializada.

Por otro lado, en algunos casos, los entrevistados, hacen la apreciación de que han formado parte de un *fandom* a través de un *ship* (un *fandom* dentro de otro más grande), como es el caso de **Clara2222** que al preguntar por sus *fandoms* recalca el *Clexa* (de la serie *The 100*) o el de *Supercord* (de la serie *Supergirl*) o en el caso de **MrsMancuspia** cuyo *fandom*, antes de ser el de *Star Wars*, se podría considerar que es el de *Reylo*. En esta misma línea, de comunidades dentro de comunidades, están aquellos fans que acotan que aunque han pertenecido a un *fandom* o varios su comunidad no era todo el *fandom* en general, sino una pequeña porción de él. **DeyaRedfield** habla de su mini comunidad de *Sherlock* en Wattpad, donde se recomiendan *fanfic* y se leen las unas a las otras. En el caso de **Enia**, especifica aún más, diciendo que aunque ella se considera parte del *fandom*, no lo hace de la comunidad, «porque la comunidad es como muy grande», solo es parte de «una porción de esa comunidad. A través de la gente con la que lo compartía». **Enia** recalca que el *fandom* es demasiado grande como para poder formar parte de él como conjunto, ya que el *fandom* supera incluso el idioma, pero como integrante de esa comunidad solo llegas a comunicarte con un tanto por ciento

limitado de personas, y que lo más probable es que eso se regule por el idioma que hables y las actividades que desarrolles. Ella afirma que se movía solo en el trozo de *fandom* que se refería a los *fanfics*, porque había gente que se dedicaba a hacer dibujos u otras cosas, pero ella no era parte de ese *fandom* que hacía otro tipo de actividades. Aunque pudiera ver *fanart* o *fanvid*, no interactuaba con esa parte del *fandom*.

Por lo general, y aunque los entrevistados no hayan sido tan pormenorizados a la hora de aclarar este punto, es algo que queda bastante claro a lo largo de todas las entrevistas. Se forma parte de una pequeña parte del *fandom*, este es demasiado grande como para abarcarlo entero y dentro de un *fandom* hay muchas pequeñas comunidades, que aun moviéndose alrededor de un mismo producto son los «hogares» de los fans. Esto se verá reafirmado en otras partes de este análisis, pero la sensación de pertenencia queda clara prácticamente en todos los casos.

De todos modos estas reflexiones nos dejan ante la idea, de que para formar parte de un *fandom* o una pequeña comunidad dentro del *fandom* hay que tener en cuenta varias cosas:

1. *El idioma que hablas*. La mayoría de nuestros entrevistados desearían poder encontrar un *fandom* activo y rico de creadores en español, pero no siempre es posible, a no ser que el producto sea de algún país hispanohablante y hay veces que ni siquiera en esa situación. Sea como fuera, lo cierto es que al igual que la mayoría de los grandes productos audiovisuales suelen provenir de países anglosajones (a excepción de toda la temática manga o anime que proviene de Japón, o los productos de moda actualmente⁵⁸, los *doramas* y *k-dramas*), así los grandes *fandoms* se desarrollan en inglés. Si son *fandoms* realmente grandes pueden tener pequeñas comunidades hispanohablantes o en otros idiomas, pero no siempre es de esta manera. Así que tanto el creador como el consumidor de contenidos se ven obligados o a comunicarse en un idioma que no es el suyo o a buscar *fandoms* que tengan comunidades hispanohablantes activas. Ya a finales de los 90 **Marion** nos comentaba, que aun habiendo un *fandom* de *Expediente X* bastante prolífico en castellano, tuvo que trasladarse a foros en inglés cuando empezó a *shippear* a una pareja no canónica de la serie como era el

⁵⁸ Aproximadamente en el año 2020.

Skinner/Scully. Si quería leer *fanfic* o comentar sobre esa pareja no encontraba lugares receptivos en castellano.

2. *Las actividades que realizas*. Aunque los entrevistados de mayor edad, o de mayor antigüedad en el *fandom*, sí que parece que han tocado un poco casi todos los hilos dentro de las actividades prioritarias del *fandom* como por ejemplo **Sra. Cheg**, **Slayerrrr** o **Marion** debido a seguramente esas primeras experiencias en el *fandom*, donde casi todo era experimentación y prueba error, parece que en la actualidad los escritores de *fanfic* se juntan con otros escritores, los creadores de *fanart* o de *vidding* con otros creadores, etc. Así que las pequeñas comunidades que se crean dentro de los grandes *fandoms*, ahora más que a comienzos de siglo, sí que suelen estar constituidas por gente con los mismos intereses creativos.

C. LA DOBLE IDENTIDAD

Aunque como ya hemos visto, parece ser que casi todos los creadores de contenidos dentro de los *fandoms* se consideran parte de la comunidad y tienen un claro sentimiento de pertenencia, la sensación de vida real versus vida dentro del *fandom* está muy marcada, y parece patente que pertenecer a un *fandom* es algo que a día de hoy aún está denostado socialmente así que la gente lo guarda para sí mismo, a no ser que haya una buena razón para descubrirse.

Sin embargo, el uso o no de un seudónimo, no tiene que ver mucho con la idea de ocultarse en la mayoría de los casos, o de mantener esa doble identidad.

AVATAR O SEUDÓNIMO

De hecho, entre nuestros entrevistados, hay bastantes personas que mantienen su nombre, un diminutivo de él o alguna variación del mismo y la mayoría se lo pusieron, no por ocultar nada, sino porque al entrar en foros u otros lugares que pertenecían al *fandom* se dieron cuenta de que casi todo el mundo tenía uno y por lo tanto hicieron lo propio.

Enia utiliza un diminutivo de su propio nombre, **Clara2222** se identifica con su propio nombre, añadiendo unos cuantos números, **Lizeeee** transforma su diminutivo, **Marion** empezó escribiendo *fanfics* con su verdadero nombre y fue al entrar en la comunidad estadounidense cuando «americanizó» su identidad, **Lady Sil** hizo una composición a partir de su propio nombre, al igual que **DeyaRedfield**, que sacó su seudónimo, por un

lado, del diminutivo de su nombre, y por otro lado, de Chris Redfield, el protagonista del videojuego *Resident Evil*.

Un lugar común para el nacimiento de los seudónimos es el propio *fandom*. **Sra. Cheg** es la evolución de su primer *nick* Señora Chegwiden, que viene de su primer *fandom*, la serie *JAG*. **Agente de Marvel** sacó su seudónimo del universo que quería narrar, en un principio quiso abrir un blog para hablar de la serie *Agentes de Shield*, pero en el último momento decidió abrirse a todo el universo Marvel. **KalEl el Vigilante** mezcló en su *nick* dos de sus dos pasiones, DC, con Kal El y Marvel, con El vigilante. **Slayerrrr** añadió unas cuantas erres a su *Buffy*, *cazavampiros*, porque el nombre bien escrito ya estaba cogido.

Por otro lado, hay seudónimos muy pensados y que suponen algo importante para quienes los llevan. **MrsMancuspia** lo es por un cuento de Julio Cortázar llamado Cefalea, donde definen a la Mancuspia como un animalito raro que no tenía sentido. «Como artista y como persona, yo siento que me gustan muchas cosas que no tienen sentido entre sí, pero que de algunas maneras las conseguí juntar en algo. Soy yo». Pero no todo el mundo lo piensa tanto, otros seudónimos simplemente vienen del azar o de la casualidad.

VIDA REAL VS FANDOM

Tener o no tener avatar en un mundo tan amplio como es Internet u ocultar tu nombre en un *fandom* en el que hay muy pocas posibilidades de que alguien te reconozca en la vida real, no parece muy determinante a la hora de ocultar que formas parte de un *fandom*.

Podría parecer que por lo general los fan creadores ocultan o no comentan que lo son en su vida cotidiana, surja o no el tema, incluso a familia directa, a no ser que noten o algo les haga suponer que esa otra persona también forma parte del *fandom*, o que es posible que le gustara formar parte de él. La mayoría de las veces, porque la experiencia habla de incomprensión, seguido de la falta de necesidad de dar explicaciones a alguien que es posible que no se moleste en intentar entender. **MrsMancuspia** que sí dice ocultar esta faceta en su vida cotidiana, comentaba que «no todo el mundo sabe lo que es el *fandom* y el *fanfic* y la gente cuando se entera es como ¿Qué? y ¿Cómo? Y lo tienes que andar explicando todo. » Para que luego en muchas ocasiones lo ridiculicen. Así que para ella

lo mejor es no decir nada, para no tener que dar explicaciones, ya que esta actividad es «una parte de mi vida, no soy yo».

Pero no siempre es así, y hay muchas variantes y circunstancias personales y laborales diferentes. De hecho, hay excepciones muy claras, como la de **Agente de Marvel** que aparte de no haber tenido nunca ningún problema en revelar su nombre real, al mostrar su cara en su canal de YouTube se queda sin la protección del anonimato. Luego hay casos más discretos como por ejemplo el caso de **Marion** que comenta: «Yo en Facebook antes tenía como muy cerrada la parcela de *fangirl* y muy separada de la parte de escritora, pero ahora me da igual».

Así que nos encontramos ante un tema más complejo que el hecho de simplemente querer ocultar una parte de tu vida, porque tal vez tus compañeros de instituto o de trabajo no sepan que escribes *fanfic*, o haces *fanart*, o que tienes un avatar..., pero una persona que forma parte de tu *fandom* a miles de kilómetros de ti o en el pueblo de al lado del tuyo, sí que puede saber sin problema cuál es tu verdadero nombre o tu cara. Además en la actualidad cada vez es más normal encontrar a seriéfilos, lectores de cómics, *youtubers* o fans de cualquier producto cultural, por lo que se ha normalizado hablar de series, películas o cómic en cualquier lado o situación social, pero la parte del *fandom* creador sigue siendo un poco discriminada y secundaria.

Aquí nos gustaría añadir las reflexiones de **UnIngenieroMás2**, creador de *fanfic*, con el que contactamos para realizarle la entrevista, y quien aun siendo amable y colaborativo no quiso ser grabado, por miedo a perder su anonimato. Nos dejó estas reflexiones en los mails compartidos:

Soy muy maniático con revelar mi identidad. No soy nadie conocido, pero Gran Hermano está ahí y aunque cualquiera con medios podría hacer un linkage de mis cuentas de mail, éste no suele ser el caso de los empleados de recursos humanos que hacen entrevistas de trabajo. Ese es el motivo por el que guardo el secreto siempre: revelar como ingeniero que tengo una afición por escribir (*¡fanfics* además!) me ha cerrado muchas puertas laborales en el pasado. (...) Observa (esto puedes añadirlo a la reflexión si quieres), que tan malo es decir

que escribes como que no lo digas y lo descubran luego haciendo un googleo rápido de tus datos. Y salen. Vaya si salen. Eso de borrar la huella digital existe, pero antes de hacerlo es más fácil escribir bajo pseudónimo; de ahí mis neuras.

UnIngenieroMás2

Realmente las reflexiones de este escritor fueron bastantes desconcertantes en su momento, porque no nos habíamos planteado esta problemática. Habíamos pensado en el rechazo social desde una perspectiva personal y no laboral, y era porque realmente no concebíamos que la condición de creador en el *fandom* pudiera llegar al ámbito laboral, porque uno decide a quién le cuenta qué, pero sí parece innegable, que todo lo que se sube a Internet puede ser analizado y rastreado, y deja una huella digital imborrable.

De todos modos y sin tener en cuenta esta experiencia tan personal, la tendencia parece clara en la vida y en el *fandom*, el ser humano al igual que el fan se protege de las personas no afines e intenta relacionarse con personas afines, con quienes se puede ser uno mismo, incluso sin comentar que hacen *vidding*, por ejemplo, pero con la confianza de que si surge el tema seguramente no pasaría nada, cuestión diferente es dentro del seno familiar. Se ha visto que esta tendencia se incrementa con la edad. Como en otras realidades de la vida, también hemos notado en el *fandom* que a mayor edad cada vez importa menos lo que opinen las personas no afines, y de todos modos, si no es una persona afín, hay temas de conversación que nunca saldrán, y ese es uno de los propósitos más claros de la comunidad, las zonas seguras.

D. EL APOYO DE LA COMUNIDAD

Ante la pregunta de si los entrevistados han notado el apoyo de otros fans dentro de la comunidad, la respuesta más rápida sugiere un sí, pero es necesario hacer matizaciones en sentido opuesto.

Como ya se ha visto con anterioridad, casi todos los entrevistados, menos uno, se sienten o se han sentido parte de una o varias comunidades de fans y como dice **Marion**: «Cuando tú compartes con gente tus afinidades y gustos te sientes arropada por ello». Sin embargo, no siempre es así y el *fandom* como otras comunidades tiene un lado tóxico que puede incomodar e incluso alejar a personas de él. **MrsMancuspia**, comenta que el *fandom* y el sentir que hay personas con tus gustos y problemas es muy

estimulante, pero que «la comunidad puede ser muy abierta, pero también muy juzgante. (...) El *fandom* puede ser tan acogedor como agresivo hacia otros», **MrsMancuspia**. Las guerras entre diferentes *fandoms* y entre diferentes ships, dentro de un mismo *fandom*, pueden ser altamente agresivas. A parte **MrsMancuspia** comenta los problemas que se crean alrededor de los escritores de *darkfic* o *monsters fucking*, quienes por la temática controvertida de sus fics suelen ser muy atacados por el resto del *fandom*, aunque ella misma comenta que tal vez escribir ese tipo de fics puede tener algo de terapia para los propios implicados. Por otro lado, **Agente de Marvel** habla de otro tipo de toxicidad dentro del *fandom*, en este caso hablando del de Marvel, él considera que «hay un porcentaje bastante considerable [del *fandom*] que es muy tóxico, pero viene directamente de que todo el mundo «sabe más que nadie» y que para demostrar que sabes más que nadie vas a hundir», **Agente de Marvel**.

Dicho lo cual, la mayoría de los entrevistados sí que considera haber sido apoyado por la comunidad, pero evidentemente por una parte de la comunidad, y es que la mayoría de los entrevistados han hecho amistades dentro del *fandom* y son de esos amigos, de esas pequeñas mini comunidades dentro de las comunidades, de las que ya habíamos hablado, de los que han recibido más ayuda o apoyo cuando ha sido necesario, de una forma más personal y en muchos casos esas amistades han sobrevivido al *fandom*. También las comunidades, a un nivel más amplio, suelen dar apoyo a la hora de ayudar a los nuevos creadores. Entre creadores, más en el pasado que ahora, pero en la actualidad también se mantiene, sobre todo en algunos sitios específicos, suele haber un feedback continuo de conocimientos para apoyar más creación de contenido, pero ese apartado ya será tratado más adelante en este estudio.

Para terminar con esta sección nos gustaría comentar un caso bastante significativo y particular de apoyo recibido por parte de la comunidad que nos ha comentado **Slayerrrr**, ella era una de las artífices de la página web *12th Precinct*, la cual se convirtió rápidamente y ante el asombro de sus propias creadoras, en el referente en castellano de la mayoría de los fans de la serie *Castle* (2009-2016). Para ellas era una afición y no tenían intención de invertir más que lo mínimo, económicamente hablando, aparte de su tiempo, ya que tampoco recibían ningún tipo de ingreso por mantenerla. Sin embargo, la página creció tan rápidamente que se hizo necesario mejorarla con mucha frecuencia, ya que debido al alto volumen de visitas que recibían los servidores se caían constantemente, por lo que se hizo necesario contar con recursos económicos para su

mantenimiento, lo que se llevó a cabo a partir de sorteos y donativos. La respuesta de la comunidad fue inmediata y muy solidaria. La gente participaba activamente en todas las propuestas y donaba dinero para su mantenimiento, aparte les escribían diciendo que les encantaba la página y que siguieran con ella. Muchos fans les contaban su historia con la serie y con la página y porque era importante para ellos, una de las chicas que donaba, lo hizo porque comentó que estaba aprendiendo español gracias a la página. Esta experiencia es felizmente recordada por **Slayerrrr**, a la que la actitud de los fans la animaba, como a sus compañeras, a hacerlo cada día mejor como creadoras de contenido y fans. Este es un caso particular, pero cabe destacar que en el *fandom* hay bastantes iniciativas que se mantienen gracias a la solidaridad de los propios fans.

E. LA EVOLUCIÓN DEL *FANDOM*

Por lo general, todos los entrevistados que han estado el tiempo suficiente en el mundo del *fandom* han notado cambios claros con el paso del tiempo, eso sí, desde diferentes perspectivas.

Por un lado queda claro, que como en todo, el avance de las tecnologías ha dado un vuelco radical al *fandom*, varios de nuestros entrevistados recuerdan como sus primeros pasos en este mundo conllevaba el intercambio de VHS o cualquier otro tipo de material analógico. También ha cambiado el lugar donde esos *fandoms* se encuentran en la red. **Slayerrrr** nos habla de cuando apenas había nada en Internet «la mayoría eran páginas cutres» y foros. Luego empezaron a convertirse en sitios de reunión de fans los blogs y micro blogs como Tumblr, que ahora está en horas bajas. **Lady Sil**, quién lleva unos 10 años en el *fandom*, recuerda que de los foros se pasó a Twitter y de estos a WhatsApp. Aunque los fan artistas dibujantes donde se suelen encontrar más es en los foros Discord según **Lizeeeee** o **MrsMancuspia**. **Agente de Marvel** también afirma que las nuevas plataformas de *streaming* han cambiado la realidad del fan.

Antes todo el mundo estaba pendiente del capítulo, luego de los subtítulos, ahora ya llega doblado. Ya no es *fandom*. También se mete gente que no ve las cosas desde el punto de vista de nosotros como fanáticos de las series. **Agente de Marvel**

La cuestión hoy parece ser que ahora todo es más sencillo, más fácil de consumir y por lo tanto de olvidar, por lo que parte de lo que suponía ser parte de un *fandom*, como ya hemos dicho anteriormente, desaparece.

Por otro lado, **Marion** y **Enia** dos de las más veteranas, que entraron en el *fandom* a finales de los 90, reseñan, también, que aun tecnológicamente siendo más fácil la comunicación, cada vez es menos fluida. Recuerdan los grandes feedback a través del correo electrónico (medio bastante obsoleto en el mundo del *fandom* actual) que ahora se han convertido en mínimas y escuetas felicitaciones/*kudos* con suerte (que son parte de las nuevas plataformas donde se encuentra el contenido web).

La tecnología ha cambiado el *fandom* y la forma de comunicarse en él, pero ¿y el fan? ¿Se puede decir que la actitud de los miembros del *fandom* ha cambiado con los años? Según **DeyaRedfield** «la gente que es fan desde hace mucho tiempo sigue siéndolo igual, solo ha habido un cambio en las plataformas. El *fandom* se queda como es», pero aunque los fans con más antigüedad sigan siendo los mismos, ¿es posible mantener un *fandom* intacto con las cientos de nuevas personas que se han incorporado al movimiento? **Marion** acota: «Creo que antes era mucho cercano y mucho más personal (...) Aunque ahora es más instantáneo, que es lo positivo (...) Antes a la gente le gustaba más hacer comunidad, ahora la gente va más por libre». Aun así ella reconoce que ha «hecho buenas amistades con gente que me ha escrito review en AO3, pero no al nivel del principio». **Clara2222** comenta que ahora el *fandom* es muy trágico, los fans más jóvenes se alteran enseguida y ya no es un lugar que la guste tanto como antes. Ya no le apetece conocer a nadie más profundamente. **Sixphanel**, también hace referencia a que ahora la gente entra muy joven en el *fandom*, y que hace unos años se estaba formando y era más sano e inocente. Este es un comentario que se repite bastante, sobre todo entre la gente que más lleva en el *fandom*, que este sí que ha cambiado y que este cambio ha sido a peor. En la misma vertiente, **Agente de Marvel** cree que el *fandom* sí que ha cambiado mucho desde principios de siglo, y anota otro cambio negativo que ha repetido a lo largo de su entrevista: «Ahora todo el mundo lo sabe todo». Parece ser que en la actualidad los fans quieren serlo más que nadie, convirtiéndose el *fandom* en un lugar muy competitivo. Por otro lado, **Sra. Cheg** habla de la nueva agresividad en el *fandom*, que parece una tendencia que se ve en todas las redes sociales y que también ha llegado a las comunidades de fans.

Antes se entraba en los foros buscando información sobre la serie, los actores, se comentaban los capítulos. Ahora la gente se considera con el derecho de incluso amenazar a los actores. Antes era una cosa más de grupitos. Con la posibilidad de contactar con los autores, se ha desbocado. **Sra. Cheg**

De nuevo, la tecnología aparece como parte notable del cambio.

Slayerrr resume bastante bien el sentir de la mayoría de los fans con más solera en las comunidades «El *fandom* era más como una obra social, la gente colaboraba para que todos pudieran disfrutar de lo que no era asequible, ahora eso ya no es así».

F. MOTIVACIÓN PARA LA CREACIÓN DE CONTENIDOS.

Una de las ideas más interesantes con respecto al *fandom* y a la creación de contenidos en él es la razón de por qué se hacen. Después de todo no hay ningún tipo de retribución económica por la creación de este contenido, es tiempo invertido que «oficialmente» no va a reportar beneficio ni a corto ni a largo plazo.

En este trabajo queremos mostrar que la creación dentro del *fandom* y una participación activa en él ayudan a desarrollar destrezas que pueden ser útiles tanto en la vida personal como profesional. Sin embargo, nadie entra en el *fandom* pensando en lo que va a aprender, o por lo menos nadie nos ha contestado ante la pregunta ¿qué te motiva para crear material para el *fandom*? Aprender. Este proceso siempre suele ser a la inversa.

La mayoría de los encuestados que llevan por lo menos desde finales del siglo pasado en el *fandom*, a través de Internet, tienen la idea, de la que ya se ha expuesto con anterioridad, de que el *fandom* y sus contenidos son un tema basado en la solidaridad del grupo. En el pasado era difícil conseguir acceder a ciertos productos audiovisuales, el *fandom* se retroalimentaba para poder seguir existiendo, para ser más fuerte, para que el producto audiovisual que se seguía pudiera llegar a todo el mundo y así poder comentar con más gente y crecer. Con el paso de los años la dificultad para seguir cualquier producto audiovisual ha descendido y por lo que parece esa «motivación» también, o por lo menos en gran parte.

Una opción como recompensa, no económica, y por lo tanto una fuerte fuente de motivación para la creación de contenido, podría ser el reconocimiento entre iguales. El reconocimiento como persona relevante dentro de tu propia comunidad.

El reconocimiento público, en todas las disciplinas de la vida, es una fuerte motivación para cualquier cosa que se desea hacer, sin embargo, este reconocimiento visible cada vez es menor dentro del *fandom*, no porque la gente no disfrute de los contenidos que hacen otros fans, (**Lady Sil** tiene casi 50000 suscriptores en su canal de YouTube, y recuerda que cuando empezó a hacer vídeos llegar a 100 visitas era «estarla petando», pero ahora ese número lo consigue en 5 minutos), sino porque cada vez es más complicado recibir ese feedback, o un feedback que vaya más allá de un *like*, un *kudo*, o una visita anónima, un reconocimiento más personal, una retroalimentación más real.

De hecho, otra cosa que ya se ha comentado, es que el conjunto de creadores que más tiempo llevan en el *fandom* aún se acuerdan de esos grandes comentarios a su trabajo en el que analizaban con mayor o menor acierto una obra, en la que se destacaba lo que más gustaba y se debatía qué se podría haber mejorado. Tanto es así, que en un principio queríamos que el feedback estuviera en la parte del aprendizaje dentro del *fandom* en este estudio, por esa retroalimentación que ayudaba al aprendizaje y que animaba a cada creador de contenidos a intentar mejorar cada día. Sin embargo, como comentaba **Agente de Marvel** «El feedback ha muerto», ahora para conseguirlo hay que motivarlo mucho más allá de la propia creación de contenido, por lo menos en el *fandom* español (nos han comentado que en América hay más cultura del feedback). Sin embargo todavía quedan resquicios de ello en las comunidades más cerradas, **Lizeeeee** nos comenta que en la comunidad de fan artistas *Reylo* de Discord donde ella está se siguen ayudando entre ellos a mejorar sus dibujos.

Así que ese *feedback* y ese reconocimiento aunque sigue siendo una fuerte motivación para crear, (**Marion** nos comentaba que aún se emociona cuando recibe *kudos* de viejos fic y **MrsMancuspia** reconoce haber recobrado su sueño de ser ilustradora gracias al feedback tan positivo que han recibido sus obras) desaparece lentamente. Los propios creadores de contenido reconocen, en su mayoría, que ya no dejan tantos comentarios como antes, o que solo lo hacen en casos excepcionales, cuando en el pasado se podía considerar como una especie de «deberes» dentro de ciertas comunidades.

¿Las razones a las que se puede deber esta situación?

Es como una metáfora, igual que el paso del LiveJournal a Twitter, hemos pasado de las 5000 palabras a los 140 caracteres. No tienes tiempo para leer opiniones, no tienes tiempo para escribir las opiniones, aunque realmente te encantaría recibirlas. **Lizeeeee**

Como hemos podido comprobar, **Lizeeeee** acusa al medio y a lo rápido que nos hemos acostumbrado a él, y esta suele ser una opinión bastante extendida. **KalEl el Vigilante** también destaca este tema: «El *like* como expresión de lo que te parece». El consumo es diferente, el medio es diferente, mucho más centrado en el *smartphone* y las redes sociales, que en el ordenador y en una comunicación más profunda.

Sea como fuere, el creador ahora se mueve en un mundo donde no es tan fácil recibir feedback, ni reconocimiento. Cada vez hay más «robos» de material, donde muchos «fans» buscan un reconocimiento efímero y visualizaciones con el material de otros y donde, como nos comentaba **Lady Sil** «la gente no busca tanto calidad, como rapidez». Aunque el tema puede variar mucho dependiendo de *fandoms*, de actividades y de situaciones. **Clara2222** considera que los *fanfics*, en comparación con los *viddings*, reciben mucho menos feedback, y que, por ejemplo, los vídeos *AU* y los tráileres tienen muchos más comentarios que los vídeos musicales, ya que hay menos gente que los hace. Aun así, los comentarios no dejan de ser por lo general, peticiones de más vídeos. Y aun así, el fan creador se puede enfrentar a un mismo número de comentarios positivos como negativos, porque lo que sí que ha aumentado ha sido el número de *haters* o *trolls*. Según **Marion** siempre hubo *haters*, pero a día de hoy parece que «hay gente que le va la vida en ello». Las críticas constructivas son bien recibidas por nuestros entrevistados, cosa que no siempre es así, porque les ayuda a aprender y mejorar, pero no dejan de reconocer que los comentarios negativos duelen mucho y sobre todo las formas en las que estos son expresados. **DeyaRedfield** dice que lo único que pide es «buena educación». Como fuere, nuestros creadores de contenido ante un producto que no les ha gustado, prefieren no decir nada, a no ser que se lo hayan preguntado directamente, y aun así la mayoría van con mucho tacto.

Por lo tanto, y según las respuestas recibidas de nuestros entrevistados, la motivación real del fan creador suele, principalmente, empezar y acabar dentro de él mismo. Como *hobby*, relaja, divierte y entretiene y como exposición artística es una vía de escape que

valida el deseo incontrolable de contar historias, del tipo que sean sobre unos personajes a los que quieren, y poder compartirlas con gente que lo sepa valorar, aunque no se lo haga saber. La mayoría de los entrevistados tienen en el fondo y en la superficie alma de artistas, y es una forma de practicar algo que les gusta y les satisface.

Desde un punto de vista más específico, podría decirse que nos encontramos en la mayoría de los casos con la motivación de crear aquello que se desea ver o leer sobre esos temas o situaciones que el producto audiovisual original o madre no cuenta u omite, principalmente desde dos perspectivas que se pueden entrecruzar con facilidad:

- Por un lado y como comenta **Marion** se quieren «rellenar huecos que el *fandom* no te está dando», normalmente desde el punto de vista del *ship*, en una buena cantidad de *fandoms*, **Sra. Cheg** desarrolla esta idea, y nos cuenta que es estar «tan frustrada con el *shipper*, que voy a montar mi propia historia. Ya que no me lo dan los guionistas, me lo voy a montar yo». Justa y curiosamente, esta motivación que tanto juego da en un *fandom* altamente feminizado, parece que puede echar para atrás a otro tipo de fans. **KalEl el Vigilante**, uno de los pocos hombres que hemos podido entrevistar, nos comenta que el *ship* «evitó que entrará muy a fondo [en el mundo del *fanfic*]. Ya sabía que existía, pero buscaba, quizás, algo más profesional. Los textos ya escritos por gente que evitaba esos excesos juveniles y que intentaba explicar historias».
- Por otro lado, diferentes *fandoms* llevan desde el comienzo de su historia queriendo dar voz e imagen a los normalmente no representados en los productos audiovisuales, sobre todo a la comunidad LGTB+. Diferentes colectivos han intentado verse representados en la cultura popular a través del *fandom*.

Lo que leo y lo que escribo es todo *femslash* y supongo que es una vía de buscar lo que no veo normalmente en lo que consumo, como no aparece de forma común en la televisión o en el cine. Es verme más representada a mí en ciertas cosas. **Sixphanel**

Desde este punto de vista, la comunidad gay aparece altamente representada en los diferentes *fandoms*, al igual que se destacan *fandoms* de parejas del mismo

sexo *canon* o no, desde el comienzo de las comunidades de fans. Un claro exponente son el capitán Kirk y Spock de la serie *Star Trek*, iconos de la cultura gay en los años 70, cuando apenas había representación, o al menos no caricaturizada, en el mundo de la cultura audiovisual.

4.3. APRENDIZAJE DENTRO DEL *FANDOM*

Por lo general todos los entrevistados afirman haber aprendido cosas gracias a su participación dentro del *fandom*, ya que, o les ha «obligado» a aprender cosas que necesitaban para moverse mejor dentro de la comunidad o les ha animado a practicarlas, lo que ha conllevado una mejora de dichas capacidades.

A lo largo de las próximas páginas nos vamos a centrar en tres cosas principalmente: el inglés, lengua vehicular del *fandom*; la escritura creativa, necesaria para la creación del *fanfiction*, una de las actividades más desarrolladas dentro del *fandom* y la creación multimedia, en el espectro más grande que podamos tratar.

4.3.1. APRENDIZAJE DEL IDIOMA INGLÉS

Un aprendizaje común para casi todos los creadores de contenidos fans con los que hemos hablado, fuera su disciplina la que fuera, ha sido el de la mejora del idioma inglés. Aun siendo todos castellano parlantes y habiendo preferido comunicarse en este idioma, hay muchos *fandoms* que básicamente solo tienen vida en inglés, así que se crea la necesidad de comunicarse en ellos en ese idioma. Como comenta **Sra. Cheg**: «Los *fandoms* más grandes están casi todos en inglés» y es el idioma «internacional», así que el mayor número de material se encuentra generalmente en inglés, aparte de que existe la idea generalizada de que este material es mejor y más variado.

La calidad que hay en el *fandom* en inglés, porque como hay mucha más gente, hay mucho más donde elegir y mucha más gente con calidad. El *fandom* en español es tan cortito que muchas veces te pones a buscar en Fanfiction, te pones a leer algo en español de Clint y Natasha y dices «Dios mío de mi vida, me voy a cortar las venas con las pestañas», porque es horroroso. Así que mejor leo en inglés, que total, si hay fallos no me voy a enterar. **Marion**

A. CONOCIMIENTOS PREVIOS

Todos los entrevistados tenían conocimientos previos del idioma de Shakespeare más o menos amplios. Sobre todo en España, es bien conocida la idea de que aunque varias generaciones han tenido inglés como segunda lengua en toda su vida educativa, a partir de los años 70, más o menos (anteriormente era mucho más destacado el aprendizaje del francés en educación) pocos han conseguido tener un nivel medio para comunicarse en ella.

B. APRENDIZAJE

Todos los entrevistados consideran que el *fandom* les ha ayudado a aprender o mejorar su inglés de una forma u otra, incluso algunos comentan que fue lo que les dio la motivación definitiva para conseguirlo. Una minoría ya tenían un nivel muy alto antes de entrar en el *fandom* y por lo tanto el participar en él solo les ha ayudado a practicarlo y mejorarlo, ya que les ha dado la oportunidad de conocer a personas de otras partes del mundo con las que comunicarse de un tema en común que les interesaba a ambos y le ha dado una «utilidad práctica» al inglés, fuera de la obligación de estudiarlo, sin salir de su país. Por ejemplo, **KalEl el Vigilante** nos comentó que el primer *fanfiction* que leyó fue en inglés, y **Sixphanel** nos ha dicho que decidió escribir en inglés sus *fanfics*, porque leía mucho más en inglés y se acostumbró a los términos. Ahora le parece más fácil escribir en inglés de una manera creativa. «Estoy más acostumbrada a esa forma de expresar sentimientos o lo que sea [en inglés], que a la de mi propio idioma». **Sixphanel**

C. CASOS

A continuación nos gustaría añadir varias historias que nos han contado nuestros entrevistados de cómo el *fandom* les ha ayudado a aprender o mejorar su relación con el inglés.

Clara2222 nos comentaba la anécdota de cómo terminó aprendiendo inglés, de una manera fluida, tras años de estudiarlo por culpa de una amiga del *fandom* de *Castle* y de los *fanfic*.

Aunque en ese momento sí que había fic de *Castle* en castellano, una amiga me empezó a pasar *fanfic* de *Castle* en inglés. Y yo ¿qué hacía? Pues los traducía con el traductor de Google, y tenía en un lado en inglés y en el otro el traductor,

entonces yo iba leyendo del traductor (...) Y al final acabe leyéndolo todo en inglés y ya, dejé al traductor de lado. **Clara2222**

En el caso de **Enia** la culpa de que terminara leyendo fluidamente en inglés, considerándose una negada para el aprendizaje de dicho idioma, la tuvo *fandom* de Harry Potter.

En líneas generales sí que podríamos decir que aprendí inglés debido al *fandom* de Harry Potter, porque quería leer los libros y solo estaban en inglés. (...) A partir de haber leído el tercer libro de Harry Potter me anime a leer *fanfic* de Harry Potter en inglés. **Enia**

De todos modos reconoce que su asignatura pendiente es escribirlo y hablarlo, ya que no lo usa, ni dentro ni fuera del *fandom*.

Lizeeeee entró de adolescente en el *fandom* y reconoce que fue este el que la motivo a aprender inglés, siendo en la actualidad los idiomas, y sobre todo el inglés, una de sus pasiones, ya que ella es filóloga inglesa. Y así nos narra la *fan artista* su historia con el inglés a través de diferentes *fandoms*. «De repente encontré un guion de *Embrujuadas*. Me lo leí, pero claro, 16 páginas tardé dos horas en leérmelo. (...) Por supuesto no entendí ni la mitad». Llegó a su poder un *fanfic* de *Stargate* que también tardo muchísimo en leer, pero...

Empecé a coger soltura con el inglés poco a poco. Además, a la vez, estaba en un foro de Julianne Moore, que la administradora era una chica mexicana, siempre me he llevado mucho con chicas mexicanas, porque somos casi todo chicas en el *fandom*, y ellas muchas veces me ayudaban con el inglés cuando yo decía «no sé cómo decir esto». Y fue como combinar, leer muchísimo *fanfic* con empezar a escribir en foros en inglés, con alguna mexicana, con alguna chica de habla hispana que me ayudaba cuando yo no era capaz de comunicarme del todo, incluso con los que no hablaban español. Tenía una amiga holandesa, otra

alemana. (...) Fue aprender inglés como una necesidad para comunicarme con esa gente. Si el *fandom* hubiera sido hacer divisiones, nunca me hubiera lanzado.

Lizeeeee

Es posible que el nivel de inglés de **Sra. Cheg** fuera un poco mejor que el de las anteriores cuando entró en el *fandom* porque era maestra especializada en inglés, aun así en sus comienzos en el *fandom* solo tenía *beta* cuando traducía *fanfics*, porque consideraba que en ese momento su inglés no era lo suficientemente bueno. Ella considera que el *fandom* la ha ayudado a mejorar con el inglés en pequeños detalles.

Aunque ha desarrollado la mayoría de las actividades que se pueden desarrollar en el *fandom*, la pasión de **Sra. Cheg** es la de subtitular, para ella es «su válvula de escape» y es en esta vertiente donde más nos habla de lo que el *fandom* ha supuesto para la mejora de su inglés.

Sí que mejoras, en series tipo procedimental como *Mentes Criminales* hay una serie de expresiones que te salen prácticamente en todos los capítulos, que no las conocías. Cuando llevas 15 capítulos subtitulando la misma serie, es la misma expresión, acabas aprendiendo a que se refiere, como se dice en los dos idiomas.

Sra. Cheg

El punto práctico de su trabajo en el *fandom* como subtituladora y de este aprendizaje que ha realizado desde hace años es que «a veces uso vídeos de series para ilustrar cosas en clase y tengo el subtítulo que lo he hecho yo y no me tengo que molestar en comprobar que este bien hecho» **Sra. Cheg**.

4.3.2. ESCRITURA CREATIVA

Al desarrollarse principalmente a través de la red, la comunicación en el *fandom* se desarrolla principalmente por escrito. Desde el análisis de las obras audiovisuales, pasando por el «cotilleo» del propio *fandom*, hasta la creación de *fanfics*. Tener una buena capacidad de comunicarse por escrito es una necesidad y no siempre es algo fácil, la comunicación escrita a través de una pantalla puede llevar con facilidad a equívocos y malos entendidos, cosa que sucede con mucha frecuencia.

De todos modos, en este apartado nos queremos centrar en el desarrollo en el *fandom* de una capacidad específica para una escritura más creativa y narrativa, aunque evidentemente una cosa no excluye a la otra.

A. CONOCIMIENTOS PREVIOS

Los conocimientos previos de los entrevistados en el desarrollo de escritos narrativos o más creativos es altamente dispar. Ciertamente es que todos ellos sabían escribir, ya que todos ellos habían estado escolarizados, pero si descartamos los mínimos impuestos para el desarrollo de una historia narrativa en las asignaturas en las que se trata el tema, algunos de nuestros entrevistados estaban completamente alejados de esta disciplina antes de llegar al *fandom*. **Sra. Cheg** nos comenta que empezó a escribir relatos gracias a *fanfiction*, antes no lo había hecho y aun así, tardó bastante tiempo en hacerlo en el *fandom*.

Otros, sin embargo, ya escribían ficción original antes de conocer el *fanfiction*, como por ejemplo **The true in your eyes**, quien siempre tuvo en la cabeza la idea de escribir de manera profesional, aunque lo descartó pensando en que no iba a recibir el apoyo de su familia, **Sixphanel**, quien empezó escribiendo historias originales, para pasarse y alternarlo con el *fanfic*, incluso antes de saber lo que era, ya que escribía cosas relacionadas con los personajes de los cómics de *X-Men* o la serie *Alias* o **Kalel el Vigilante** quien ya había escrito cositas pequeñas, relatos, pequeñas obras de teatro en su primera adolescencia, pero que a sus 17 años escribió su primera «novela» en relación con *Dragon Ball*⁵⁹ y que más tarde decidió recibir una formación específica estudiando periodismo.

Por último, hay algunos que empezaron a escribir, escribiendo *fanfic*, como en los anteriores casos, sin saberlo, ya que se basaban en personajes ya preexistentes para crear sus obras de la manera tradicional o con el hándicap de los juegos de rol.

Estaba en el Instituto, me gustaba leer, escribir... pero yo no escribía cosas propias. (...) Metía a los personajes de x serie, normalmente, en otro mundo, en

⁵⁹Dragon Ball es un manga escrito e ilustrado por Akira Toriyama publicado originalmente entre 1984 y 1995. Dos años después de su lanzamiento, Toei Animation estrenó una adaptación anime que abarcó aproximadamente la primera mitad de la obra, una vez concluida su transmisión en Japón, en 1989, Toei estrenó una continuación titulada Dragon Ball Z, la cual incorporó el contenido restante del manga. Un tercer anime, con argumento inédito, denominado Dragon Ball GT se estrenó en 1996 y en 2015 comenzó a emitirse Dragon Ball Super, anime que continúa los sucesos de Dragon Ball Z y que cuenta con una adaptación al manga, publicada a partir de junio de ese mismo año.

otra cosa, años después, años antes. Normalmente, lo solía hacer así, me inventaba mi propio mundo. **Lady Sil**

B. APRENDIZAJE

Como en el caso anterior el *fandom* no les enseñó a escribir literalmente. Como ya hemos comentado todos los entrevistados y suponemos que todos los creadores de *fanfiction* en general, venían sabiendo técnicamente escribir, pero el *fandom* sí que ha ayudado y potenciado que gente de todo tipo se atreviera a escribir sus propias historias por placer, no por obligación, a querer contar algo e intentar que cada día sus escritos fueran mejores y a publicarlos en la red, exponiendo su trabajo, para que otros pudieran disfrutarlo. Consideramos que esta evolución es importante y acarrea por el camino un aprendizaje tanto cultural como vital muy importante y los entrevistados apoyan esta teoría, todos han notado que el escribir *fanfic* les ha ayudado en alguna medida a desarrollar una capacidad, que querían o no desarrollar desde un principio.

Entre los entrevistados hay autores que han conseguido publicar sus libros fuera aparte del *fandom*, con apoyo de una editorial, como **Marion** y **KalEl el Vigilante**, aunque sigan involucrados en los mismos y hay otros que desean conseguirlo como por ejemplo, **DeyaRedfield**. Ella misma comenta que «el *fanfic* es como la palanquita» que te anima a querer escribir más y mejor y ficción original, y que cada día aprende más cosas del español. Para mejorar hay que practicar y para eso el *fandom* ayuda a los escritores.

Por otro lado, hay casos como los de **Sixphanel** y **The true in your eyes**, quienes han conseguido ser prestigiosas escritoras de *fanfic* en sus diversos *fandoms*, aunque sigan prefiriendo ocultarlo a la mayor parte de las personas. El *fandom* les ha permitido poder desarrollar algo que las hace felices y les divierte y compartirlo con el resto del mundo sin sentirse expuestas de una manera personal o renunciar a otros objetivos alejados del mundo literario. Como ya hemos comentado **The true in your eyes** nos dijo que ella siempre tuvo la idea de escribir, pero nunca quiso compartirlo con nadie, ni si quiera con su familia. De hecho se planteó estudiar algo relacionado con las letras, pero lo descartó, convencida de que su familia no le iba a apoyar en una futura carrera literaria. Ella reconoce que se sorprendió del éxito de su *fanfic* (durante la época que se hicieron estas entrevistas uno de los más populares de Wattpad), cuando ella solo lo escribió para

divertirse y para distraerse de su dura vida académica actual. Hablando del *fanfic* **The true in your eyes** dice: «siento que me ayudo a escribir mejor y a expresar mejor mis ideas o sentimientos».

Por otro lado, **KalEl el Vigilante** nos plantea otro «efecto secundario» de escribir *fanfic* que nos puede enseñar cosas.

Cuando te planteas escribir un momento histórico a mí me encanta bucear, saltar de una idea a otra y un trozo de la Wikipedia te lleva a un artículo profesional sobre este tema histórico. En casa ahora somos fans de los combates de Cagayán, que básicamente fue una lucha en Japón entre tercios y samurais. Gracias a un *fanfic* que escribió mi mujer para el que se empezó a documentar, ahora tenemos 3 libros en casa sobre el tema, porque nos ha vuelto locos el tema. **KalEl el Vigilante**

Como es necesario para cualquier tipo de escrito creativo o técnico, hay partes que necesitan una documentación previa. Escribir *fanfic* te ayuda a conseguir el hábito de buscar y la práctica de documentarse. Y esto a largo y corto plazo da la opción de aprender más sobre cualquier tema.

C. EL CASO

Ahora nos vamos a centrar en un caso que resulta bastante relevante e interesante. Y es el de **Marion** y **Enia**, las dos se conocieron alrededor del año 2000 a través del *fandom* de *Expediente X* y gracias a los *fanfic*, aparte de hacerse amigas se convirtieron en un apoyo constante a la hora de escribir y corregir sus *fanfic* y otro tipo de relatos, «siempre ha sido un *quid pro quo*» nos comentó **Marion**, en esta labor también contaron con la ayuda de otra tercera persona, amiga y fan. Con el paso de los años y aun viniendo de mundos académicos y profesionales que nada tenían que ver con el mundo literario, una de ellas se ha convertido en escritora y la otra en correctora de textos a nivel profesional, aunque sea su «profesión secundaria». Por eso nos parece interesante conocer su historia y su experiencia en el *fandom*.

Enia nos comentó que contactó la primera vez con **Marion** porque leyó un *fanfic* suyo que le llamó mucho la atención.

Lo que me llamó la atención de ese *fanfic* es que ella había escrito una historia donde estaban Mulder y Scully y un montón de personajes originales (...) Hasta ese momento todo lo que había leído solo mencionaban personajes del *fandom* y me di cuenta de que se podía escribir de ese modo. Del modo en que a mí me influenció, es que yo empecé a escribir porque leí ese *fanfic*, porque a mí las historias que se me ocurrían no tenían solo los personajes de la serie. **Enia**

Desde ese momento hasta la actualidad ambas mujeres empezaron a *betearse* sus diferentes historias, no siempre relacionadas con el mundo del *fandom*, pero en un momento dado empezó a haber una diferenciación de roles, **Enia** dejó de escribir y se centró más en *betear*, mientras que **Marion** se centró cada vez más en escribir.

Enia explicó en su entrevista que nunca pensó ser correctora de textos, pero sí que fue *beta* casi desde que empezó a escribir, de hecho cree que ha *beteado* más *fanfic* de los que ha escrito. El *fandom* la animó a querer aprender mejor el castellano, para poder escribir y corregir mejor, «tratar de entender mejor». Con esta idea en mente, la de saber más para ser mejor *beta* empezó a estudiar, al principio de una forma más informal, pero acabó siendo Técnico Superior en Corrección de Textos⁶⁰ y ya ha participado en varios proyectos profesionales con ese título, desde luego sigue siendo *beta* de **Marion**, pero ha dado un paso más en su «carrera» como *beta*. **Enia** comenta que una de las características más básicas de un corrector es que «el buen corrector es invisible», un corrector nunca debe de incorporar su estilo narrativo a las obras que betea, y que eso, el respeto hacia la obra «del otro» lo aprendió siendo *beta reader*.

Marion, en esta ocasión, nos da ejemplos específicos de a qué le ha ayudado a ella empezar escribiendo *fanfic* en el mundo de la narrativa.

El ajustarme a unos personajes ya dados me ha ayudado a desarrollar mis propios personajes. Es muy difícil crear personajes coherentes, vamos a empezar por ahí, pero el ajustarte a ellos es todavía más difícil. Entonces cuando llega el

⁶⁰ Título que se obtiene tras cursar y aprobar los tres cursos académicos de la Tecnicatura Superior en la Corrección de Textos. El termino tecnicatura se utiliza en Argentina para referirse a un grado académico vinculado a estudios de tipo técnico. Se trata de una formación superior, pero no universitaria. En España se podría equiparar a una Formación Profesional Superior.

momento en que puedes crear tus propios personajes con una buena historia, un buen *background*, una buena trama, una personalidad atrayente. Eso se aprende en el *fanfic*, para mi gusto. Yo eso lo he aprendido en el *fanfic*. A ajustarme a la personalidad de los personajes, lo que pasa es que hay que ser un poquito psicóloga. Hay que aprender a analizar a los personajes, cuando yo pongo una frase en la boca de Clint o de Natasha, yo intentó visualizarlos diciéndolo.

Marion.

Para **Marion** es muy importante que en los *fanfic* los personajes estén dentro del *canon*, que sean claramente reconocibles como personajes de un producto audiovisual preexistente, y esta es una de las características más valoradas dentro del mundo del *fanfic*. Ella presume de que siempre que un personaje, no suyo, dice algo es por un buen número de razones bien pensadas, lo que la ha ayudado a hacer lo mismo con sus personajes originales. Por otro lado, **Marion** también comenta que «a la novela llegué entrenada, porque hacia *fanfic* muy largos. *Fanfic* con extensión de novela. De los últimos que escribí, pues el último tenía 250 páginas, que es una novela» y por lo tanto, ahora no tiene problema con la extensión de sus escritos originales.

Con respecto al trabajo de sus *betas* para con su obra, lo valora mucho, considera que ha sido un aprendizaje constante, por ambos lados y la hace estar más atenta a los detalles. Recibe ayuda desde un punto de vista tanto ortográfico como de estilo o tramas. Y reconoce que después de tantos años «es bueno porque muchas veces saben [sus *betas*] lo que quiere decir, aunque no lo haya logrado decir, de esa manera me pueden ayudar a rehacer la frase» **Marion**. El compartir ideas, plantear dudas y comentar todo lo necesario alrededor de una historia la enriquece y puede sacar de cualquier «atasco» creativo.

Y para finalizar, ante la duda que pueda quedar de si escribir *fanfic* ha sido perder tiempo de escribir ficción original, ella ha llegado a la conclusión de que ha sido una buena escuela y que la ha hecho feliz. Ya que al estar enamorada de un personaje es más fácil empezar a escribir. «Escribir es un acto de amor y te tienes que enamorar de tus personajes» **Marion**.

4.3.3. CREACIÓN MULTIMEDIA

Aquí vamos a juntar a todos aquellos fan artistas entrevistados que dibujan, hacen manip o *vidding*, porque en cierta manera necesitan aprender programas «parecidos». Bastantes de los encuestados han tocado todas o casi todas las disciplinas, empezaron en el *fandom* intentando hacer de todo un poco, sobre todo los que entraron o estuvieron en el *fandom* en la época de finales de los 90, primera década del 2000, en la que hacer iconos, *banners*, *gifs*, fondos de pantalla... era algo prácticamente imprescindible en el *fandom*, si simplemente se quería tener un icono o firma adecuada en los primeros foros que se dedicaron a los diferentes tipos de *fandoms*.

Dibujar era algo más especializado, pero «trastear» con los programas que permitían manipular imágenes parecía algo al alcance de todo el mundo, sobre todo gente joven, con acceso a Internet y un ordenador, aunque el resultado fuera mejorable.

Lo que sí que parece claro, es que en estas disciplinas los fans o se acaban especializando en un «tipo» de ellas u olvidándolas.

A. CONOCIMIENTOS PREVIOS

Como tónica general, en casi todos los casos aquí expuestos, la gente que ya tenía conocimientos de dibujo o que ya dibujaba, han seguido dibujando y tal vez el *fandom* a lo que les «obligó» fue a la necesidad de digitalizar ese trabajo.

Por otro lado, totalmente opuesto, aquellos que empezaron a hacer *vidding* o *manip* en el *fandom*, casi siempre tenían 0 conocimientos de este tema con anterioridad, no así unos años después. **Slayerrrr**, tras años en el *fandom*, nos comentaba que «cuando empecé a estudiar lo de diseño, yo ya sabía usar todos los programas que me estaban enseñando».

B. APRENDIZAJE

En esta sección, al contrario que en las anteriores, sí que se ve claramente la tendencia de un aprendizaje desde 0, menos en el caso de los fan artistas que dibujan, como ya hemos comentado.

La mayoría de los entrevistados nos han dicho que la primera vez que abrieron un programa de manipulación de imágenes, casi siempre Photoshop, o de edición de vídeo, desde el Movie Maker, pasando por Pinacle, Premiere y llegando al Sony Vegas fue con

la idea de hacer material para el *fandom*. No tenían conocimientos anteriores, muchas veces no tenían ni los programas en sus ordenadores y aprendieron desde 0, de forma autodidacta, con la ayuda de sus compañeros de *fandom* (preguntando), con su ingenio o con los tutoriales que encontraban en Internet. El caso de aprendizaje más «formal» con el que nos hemos encontrado fue el de **Marion** que nos comentó que su marido hizo un curso de Photoshop y que ella lo reutilizó, iban aprendiendo juntos.

También nos comentan que muchos de estos primeros trabajos multimedia nunca llegaron a ver la luz en el *fandom*, porque no cumplían sus propios requisitos de calidad, pero que aun así insistieron hasta que consiguieron un resultado final satisfactorio que publicar.

C. LOS CASOS

LAS ARTISTAS

En el caso de las fans que dibujan, como ya hemos comentado antes, la mayoría ya dibujaban de antes, tenían estudios más o menos relacionados o pensaban hacerlos en el futuro cuando entraron en el *fandom*.

Figura 30. *Fanart de Final Fantasy*

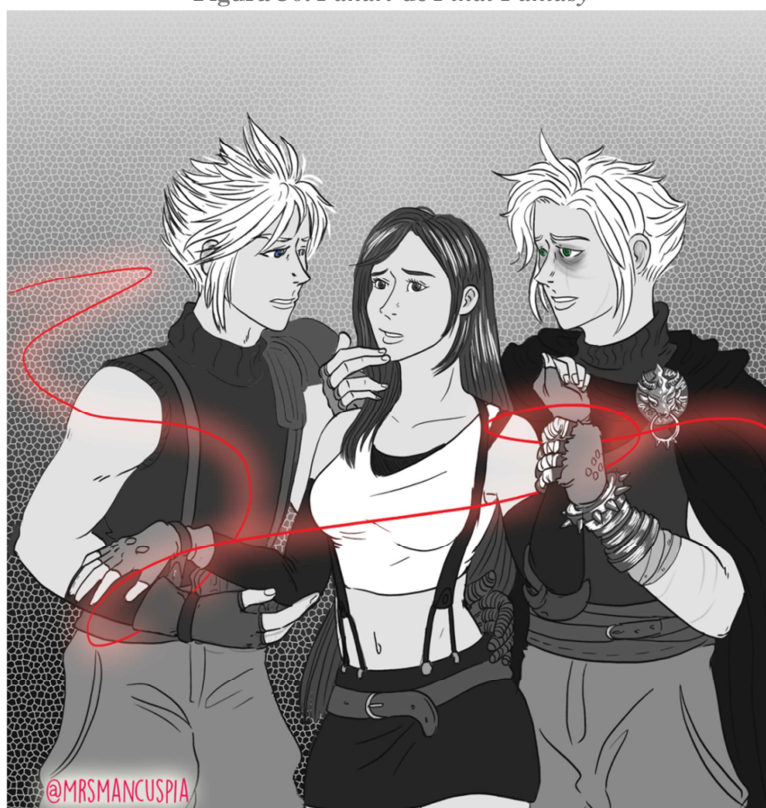


Ilustración creada por la fan artista MrsMancuspia. Dibujado digitalmente con Photoshop e Intuos de Wacom. Encargo basado en un *fanfic* de otro autor, sobre el universo de *Final Fantasy*.

En la mayoría de los casos la ayuda que la comunidad les ha proporcionado a la hora de aprender un poco más sobre su pasión ha sido desde un punto de vista técnico, a digitalizar su obra, y sobre todo, desde un punto de vista más emocional. **Lizeeeee** nos comentaba que «con el *fandom* lo que tenía al final es una excusa para dibujar más y más cosas (...) Cuando no sé qué dibujar, rápidamente tiro del *fandom*» por otro lado **MrsMancuspia** achaca al *fandom* haber recobrado su sueño de ser ilustradora, la buena aceptación que ha tenido su obra ha sido muy gratificante y positiva.

Por otro lado, parece ser, que algunas de las nuevas comunidades de fan artistas que se crean en Discord están recuperando la idea de ayuda grupal que tan desarrollada estaba en el pasado. Al ser comunidades cerradas de fan artistas, en este caso, se ayudan y apoyan en la realización de su obra.

Figura 31. Fanart de *Bones* y *Pokémon* (crossover)



Ilustración creada por la fan artista Lizeeee. Realizada a través de una técnica mixta, el dibujo está hecho a lápiz y la imagen coloreada en Photoshop. Crossover con personajes de la serie *Bones* y aquellos que podrían ser sus *Pokémon*.

Es gente que dibuja también, entonces tú pones un dibujo o tal y dices «no sé qué no me funciona de este dibujo» y enseguida te dicen pues... «la cabeza está

muy grande», «los ojos están muy abajo» (...) Y tú misma también puedes ayudar a cualquiera. Entonces es un paso más, todavía. Estoy dibujando y además estoy aprendiendo y encima estoy enseñando también a quien se deje.

Lizeeeee

Desde otra perspectiva **Lizeeeee** también nos comenta que ser artista en el *fandom* le enseñó a tratar un poco con la gente que es tu «cliente» y demás luego le han llegado encargos a través del *fandom*, ya que no deja de ser un escaparate.

LAS VIDDERS

Aunque también tenemos entre nuestros entrevistados a **Agente de Marvel** que tiene un canal de YouTube y que también se considera autodidacta a la hora de defenderse con los vídeos de su canal, nuestras representantes *Vidders* más «especializadas» son **Lady Sil** y **Clara2222**, ambas sin conocimientos previos en el mundo de la edición de vídeos, quienes han aprendido de forma autodidacta el manejo del programa Sony Vegas, que según nos comentaba **Lady Sil** es el programa normalmente usado por los *Vidders*, cosa que facilita trabajar dentro de la comunidad y hacer colaboraciones entre ellos. Ambas reconocen que sus primeros vídeos eran un poco malos y que empezaron a hacer vídeos sobre aquellos *ship* de los que querían ver vídeos y apenas encontraban. Aunque sus experiencias en el aprendizaje han sido un poco diferentes **Clara2222** nos decía que ella era mucho de tutoriales y que había seguido multitud de ellos, mientras que **Lady Sil** comentaba que ella era más de preguntar en el *fandom*, por lo menos lo básico.

¿Qué programa se necesita para esto? ¿Cómo se añaden los colorin? Al principio, pero luego yo sola fui descubriéndolo todo, y mejorando. Si ves mi canal, el primer vídeo y el último, se nota que he ido avanzando poco a poco (...) Entre amigos *vidders* te dices trucos. **Lady Sil**

Sea como fuere, ambas han ido aprendiendo poco a poco conjuntamente con el *fandom* y arropadas por él, **Clara2222** también nos decía que se aprende porque se intenta replicar lo que te gusta de otros *Vidders*, pero sin plagiar, y así hasta alcanzar una calidad que las satisface y no solo a ellas. Como comentamos anteriormente **Lady Sil** con sus casi 50000 suscriptores es una de las *Vidders* españolas más populares, por su

parte **Clara2222** con sus más de 6500, nos comentaba orgullosa que algunos de sus vídeos habían sido retuiteados por gente afín al producto audiovisual original, dice que sus conocimientos de edición la están ayudando laboralmente, ya que es capaz de proponer temas de edición para su trabajo como webmaster, aparte de hacer vídeos de bodas diferentes y creativos.

4.3.4. OTRO TIPO DE APRENDIZAJES

Tras la pregunta abierta y alejada de los *fanfic*, *fanart* y *vidding*: ¿qué has aprendido a través del *fandom*?, las respuestas fueron diversas, variadas y muy personales.

A. APRENDIZAJE EMOCIONAL Y DE DESARROLLO PERSONAL

Una de las cuestiones que más nos llamó la atención y que sorprendentemente se repitió en algunos entrevistados fue que habían aprendido a tener «paciencia».

Aprendes a tener paciencia, porque cuando estas en el mundo del *fandom*, ya no es paciencia con la gente, es que tú te pones a subtitular, te pones a hacer un vídeo, o tienes paciencia o te acabas volviendo loco. **Sra. Cheg**

Dicho lo cual, y teniendo en cuenta otros comentarios, suponemos que también se aprende a tener paciencia con la gente, por ejemplo **Agente de Marvel** nos comentaba que él había aprendido «a soportar según qué comentarios», porque no todos eran buenos, ni expresados en las formas más adecuadas.

He aprendido sobre todo a empatizar con la gente, porque tú tienes tus ideas y tienes tus movidas en la cabeza y de repente llegas allí y empiezas a hablar de cómics o de libros o de la peli, o de las series y te das cuenta de que no estás solo, de que hay gente a la que le gusta o no, pero que tu opinión no es mejor que la del vecino que no tiene un blog o que no tiene un soporte para dar su opinión, que cada uno tiene sus opiniones y sus movidas en la cabeza y me han enseñado a eso, a empatizar, porque a lo mejor antes era un poco más pedante en plan, que venía la gente y me decía soy super fan de Marvel y decía ¿te has leído esto?, y mira, no hace falta. **Agente de Marvel**

En relación con todo lo anterior se puede concluir, y en esto están de acuerdo casi todos nuestros entrevistados, que aunque aún hay una idea bastante extendida y estereotipada de un tipo de fan antisocial, el *fandom* no deja de ser una forma de socializar.

La gente cree que cuando estas en Internet y haces amigos por Internet, que eres anti social, pero yo creo que es todo lo contrario, que te abre un mundo muy grande, que estás hablando con gente de muy lejos, de otras culturas, de otras formas de ser y encima si lo haces en otro idioma pues más. Yo creo que te hace ser más abierto, más que cerrado. **Lady Sil**

B. REDES SOCIALES

Otra idea bastante arraigada, aunque seguramente no tan desarrollada en este trabajo es que al formar parte de un mundo que principalmente y en la actualidad se desarrolla en la red, no tienes más remedio que saberte desenvolver por él, lo que actualmente se define por redes sociales, pero que ha evolucionado rapidísimo a lo largo de los años.

Como ya hemos comentado los lugares de encuentro en la red han tenido una evolución imparable desde los primeros sitios y foros, los lugares de moda cambian y las formas de interrelacionarse también, **Agente de Marvel** dice que «ves el mundo a través de las redes sociales». Las cuales son luego imprescindibles en la actualidad para casi cualquier cosa al nivel personal y laboral, pero más si te quieres expandir como artista. **MrsMancuspia** nos comentaba que aunque no le gusta mucho, «si quieres ser conocida fuera del *fandom* tienes que dominar las redes sociales».

C. SUBTITULAR

Subtitular a la par que traducir nos parece una de las cosas más interesantes que se pueden aprender en el *fandom*, nos parece una escuela no oficial maravillosa tanta para traductores como para amantes de los idiomas. Nos hubiera gustado tratar el tema con más profundidad, pero no se podía tratar todo. Muchos de los fans entrevistados han hecho sus pinitos en el mundo del *fansub*, que era en el pasado una de las labores más valoradas dentro del *fandom*. Sin unos subtítulos adecuados, realmente no se podía ver el producto audiovisual deseado, a lo mejor en años.

Para **Sra. Cheg** que lleva en el *fandom* alrededor de 20 años y que como ya comentamos ha realizado prácticamente todas las actividades que se pueden hacer en el *fandom*, subtitular es su pasión y nos ha querido comentar cómo de profesional puede hacerse esta labor dentro del *fandom*:

Nosotros tenemos equipos, en mi caso somos 7 personas, entonces el subtítulo se divide en partes iguales de líneas (...) Y se les da un periodo de tiempo para que traduzcan. (...) El Subtitle Workshop ⁶¹ te permite trabajar con los dos subtítulos a la vez. Puedes tener el inglés abierto, con lo cual lo estás viendo en todo momento y además te aparece el vídeo, con lo cual ¿qué se hace? Nosotros tenemos una serie de diccionarios por ejemplo gaélico, con expresiones que se usan mucho y que en la serie se usan mucho, que ya esas las tiene todo el equipo. Esto se traduce así, sí o sí. Y luego les das una serie de herramientas, páginas de traducción, donde pueden encontrar frases hechas (...) Y una vez que te van entregando vas corrigiendo la traducción y el timing, y al final se junta todo y se publica. **Sra. Cheg**

Sra. Cheg nos comenta, como ya vimos en el apartado del inglés, que aparte de aprender a hacer este proceso tan complejo, ya de una forma bastante automática, tras tantos años haciendo subtítulos de inglés a castellano, que es su zona de confort, este proceso ha ayudado con el aprendizaje de bastantes expresiones complejas del inglés más especializado. Además hace unos años empezó a subtitular la serie *Outlander* y todo cambió un poco, «hemos tenido que traducir gaélico, inglés, francés, latín y hasta cherokee» **Sra. Cheg**.

D. LO QUE ENSEÑA EL PRODUCTO AUDIOVISUAL

En las bodas tradicionales católicas y españolas al final de la ceremonia el cura no dirá, o por lo menos no debería decir «Puede usted besar a la novia». Sin embargo los asistentes a dicha boda lo esperan, e incluso hay peticiones especiales a los párrocos para que lo incluyan dentro de la ceremonia.

⁶¹ Subtitle Workshop es uno de los editores de subtítulos gratuitos más conocidos y utilizados por los traductores audiovisuales y el que se utiliza en muchas facultades y cursos de formación.

No es una novedad decir que aquello que vemos, leemos, o escuchamos constantemente empieza a formar parte, apenas sin querer, de nuestra memoria a corto o largo plazo. Cabe suponer sin miedo a equivocarnos que si no hubiera sido por la serie *CSI* habría muchas menos personas, en general, que sabrían para qué sirve un producto concreto como es el luminol. Y desde luego, sin la serie *House M.D.* el conocimiento del lupus no estaría tan extendido. A este respecto, **MrsMancuspia** comentó a lo largo de su entrevista que «recientemente una prima mía salió positiva en lupus. Pero gracias a lo que aprendí en la serie (*House M.D.*) fue en plan, ok, no es mortal. No fue una reacción ignorante». **Sra. Cheg** comentó que tras años viendo y subtitulando series procedimentales como *Mentes Criminales* ha «aprendido de leyes, de medicina, he aprendido de todo». De hecho, no dudamos que muchos de los entrevistados y encuestados podrían recitar los Derechos Miranda.⁶²

Tiene derecho a permanecer en silencio. Cualquier cosa que diga podrá ser utilizada en su contra en un tribunal. Tiene derecho a llamar a un abogado que le asesore durante su interrogatorio. Si no puede pagarlo, se le asignará uno de oficio. ¿Entiende usted estos derechos?

Es probable que un hispanohablante medio sepa más sobre el sistema judicial/legal de Estados Unidos que el de su propio país. Como siempre recuerda Spiderman «Un gran poder, conlleva una gran responsabilidad». Los productos culturales nos enseñan cosas, se sea o no se sea parte de un *fandom* y aunque un producto audiovisual debería tener cierta veracidad «cribar» la realidad de la ficción es algo que tiene que hacer el público y en eso el *fandom*, sí que ayuda. Ya que no hay que olvidar que el *fandom* no deja de ser más que un público activo, **DeyaRedfield** nos comentaba que el «*fandom* de *Sherlock* siempre te plantea preguntas» y que gracias a la serie *Hannibal* se dio cuenta e investigó la diferencia entre un psicólogo y un psiquiátrica.

Desde el punto de vista de aprender gracias a un producto audiovisual cultural y el seguir investigando sobre él, no queríamos dejar pasar la oportunidad de hablar de algunas series históricas, en este caso españolas como son *Isabel* y *El Ministerio del Tiempo* que han hecho un gran bien por el conocimiento de la historia de España, **Kalel**

⁶² Un aviso que los agentes de policía en Estados Unidos deben hacer a toda persona que haya sido arrestada.

el Vigilante nos ha comentado algo que frecuentemente se lee en las redes sociales y es que «hay gente de cierta edad que está descubriendo la historia de España con esta serie [*El Ministerio del Tiempo*]».

Para terminar nos gustaría acompañar este final de sección con un hilo de Twitter que referencian ese aprendizaje, gracias a un producto audiovisual y en algunos casos esas ganas de investigar y de saber más, una entrada como otra cualquier al mundo del *fandom* y a las cosas que se pueden aprender dentro de él.

Malaka, Salvatore, (@salvat0resalva). «Voy a intentar fomentar la recuperación de insultos en desuso. Hoy tenemos #Gaznapiro . Significado: Persona que es tonto o torpe. Gracias #MinisterioDelTiempo y #AlonsoDeEntrerrios por fomentar la recuperación de palabras como esta. #Recuperaciondeinsultosendesuso» 2 ago. 2020, 6:10 p.m.

Malaka, Salvatore, (@salvat0resalva). «Hoy tenemos #Cagalindes . Significado: Aplícase a la persona melindrosa, cobarde, poco o nada dada a correr riesgos ni aventuras. Gracias al #MinisterioDelTiempo y #AlonsoDeEntrerrios por la #Recuperaciondeinsultosendesuso. Si los pjs de una partida de #rol fueran cagalindes» 8 ago. 2020, 11:27 a.m.

Malaka, Salvatore, (@salvat0resalva). «no habría aventura, las sesiones serían de media hora.

- Vamos al Monte del Destino en pleno Mordor a destruir el anillo.

- Uff señor Frodo mejor nos quedamos en casa y hacemos el tercer desayuno. Le apetecen unos huevos fritos con ajitos?

- Joder Sam me has convencido » 8 ago. 2020, 11:27 a.m.

Malaka, Salvatore, (@salvat0resalva). «vaya el viejo barbudo con los cojones!! Vuelca ahí huevos!!! Fin de la aventura. Si quieres una buena aventura, no seas un cagalindes!!!» 8 ago. 2020, 11:27 a.m.

Malaka, Salvatore, (@salvat0resalva). « Voy a intentar fomentar la recuperación de insultos en desuso. Hoy tenemos #Ganapán

Significados: 1.Mozo que se encargaba de llevar bultos o recados de un lugar a otro y que solía colocarse en determinados lugares públicos a donde se acudía a contratarlo.

2. Hombre rudo y tosco» 18 ago. 2020, 12:06 p.m.

Malaka, Salvatore, (@salvat0resalva). «Gracias #MinisterioDelTiempo y #AlonsoDeEntrerrios por fomentar la recuperación de palabras como esta. #Recuperaciondeinsultosendesuso» 18 ago. 2020, 12:06 p.m.

Malaka, Salvatore, (@salvat0resalva). «Seguimos intentando fomentar la recuperación de insultos en desuso. Hoy tenemos #Hideputa . Significado: Hijo de puta, esta no deja mucho a la imaginación. Gracias #MinisterioDelTiempoy #AlonsoDeEntrerrios por recuperar palabras como esta. #Recuperaciondeinsultosendesuso» 3 sept. 2020, 10:46 p.m.

4.4. CONCLUSIONES

El *fandom* es cosa de al menos dos personas. Esa podría ser la primera conclusión más clara y destacada después de hablar con los fan artistas. El fan busca compartir su afición, pero no puede hacerlo sin más fans alrededor. La llegada de Internet a sus vidas, fue en la mayoría de los casos ese escaparate al mundo exterior, saber que había más fans y todo un mundo a su alrededor. Y es que a un buen número de los entrevistados ya les gustaba el *fandom* antes de conocerlo o antes de saber cómo se llamaba. Y una vez dentro de él, el sentimiento de pertenencia está bastante agudizado y arraigado, aunque se sea consciente de que seguramente no se conoce ni a un 2 % de todas las personas que disfrutan de un mismo *fandom*.

Los fan artistas son bastante conscientes de que dentro de su *fandom* han creado una pequeña comunidad donde otros fans se han convertido en sus amigos o compañeros y son a ellos a los que pueden recurrir en caso de necesitar apoyo, dentro o fuera del

fandom. Con esas personas no hay avatares, no hay caretas, no hay alias. Es un lugar seguro y es real, aunque realmente no sea el centro de sus vidas.

El *fandom* ha cambiado. Esa es otra conclusión clara. En muy pocos años el *fandom* ha evolucionado, ha crecido, se ha expandido, los lugares de encuentro de los *fandoms* y de los fan artistas no son los mismos y la relación que les une con nuevos fans tampoco, al igual que con las creaciones de otros fans artistas. Lo que no ha cambiado son sus ganas de crear, uno de los motivos por los que siguen en el *fandom* y lo frustrados que muchas veces se sienten con el producto del que son fans, otro aliciente muy importante a la hora de crear. Otra cosa que parece clara es que hombres y mujeres normalmente no ven ni viven igual un mismo *fandom*. Los intereses y las experiencias son completamente diferentes.

Con respecto al aprendizaje dentro del *fandom*, todos los entrevistados están de acuerdo en que de una u otra manera el *fandom* les ha ayudado a aprender o practicar diferentes disciplinas y en algún caso, hasta lecciones de vida. Los programas de edición de imágenes tanto fijas como en movimiento son los aprendizajes que desde el primer momento más motivaron el *fandom*, tanto para crear *fanvid*, como *fanart* (ya sean *manips*, *gifs*...). Por otro lado, el inglés parece haberse convertido en una especie de materia interdisciplinar dentro del *fandom* (se necesita prácticamente para todo) ayudando a muchos de los fan artistas a terminar de ser capaces de comunicarse en ese idioma con fans de todo el mundo. Sea como fuera los fan artistas siempre tienen ganas de seguir aprendido, dentro o fuera del *fandom*, para mejorar sus disciplinas como fans.

TERCERA PARTE

5. GLOSARIO. UN PEQUEÑO DICCIONARIO PARA EL *FANDOM*

En este apartado hago un pequeño compendio de la mayoría de las palabras específicas del *fandom* que me he ido encontrando en la realización de este trabajo, algunas cada vez más en desuso, y que pueden ser de difícil comprensión. La mayoría son términos anglosajones que el *fandom* ha tomado como suyos, pero también hay términos que se han creado específicamente para su uso en diferentes tipos de *fandoms*.

A

A.k.a.: Siglas de la frase en inglés «also known as» (también conocido como). Se emplea para indicar el alias por el que se conoce a una determinada persona, obra, etc.

AMV: Siglas en inglés de Anime Music Video. Es un vídeo musical o fanvid cuyas imágenes están extraídas de una serie *anime*.

AU (Alternative Universe): Universo alternativo en español. Se usa como tipología de un tipo de *fanwork* que se desarrolla en otro tiempo, época o situación diferente a la de la obra madre. El contexto de vida de los personajes reutilizados es otra, se suele mantener el carácter y la descripción original de los personajes, pero la historia que hay a su alrededor cambia total o parcialmente.

B

Beta-reader (también beta o beta reader): Editor o corrector fan. Alguien que lee y corrige los *fanfic* de otros fans y que da ideas de cómo mejorarlos o que hace participe al escritor de sus fallos o errores ortográficos y gramaticales.

Betear: Acción realizada por los *betas*. Editar o corregir *fanfics* de otros fans.

Bromance: Relación amistosa y muy cercana entre dos hombres, excluye relaciones románticas o de índole sexual.

C

Canon: Una afirmación que es cierta en la obra madre o producto original. Algo que es cierto en el universo de una serie, película, libro, cómic... porque así lo han decidido los autores. Lo opuesto a *fanon*.

Challenge: Literalmente en castellano «reto» o «desafío», con unas premisas determinadas.

Comic Con: Convención o reunión de fans. En la misma se producen conferencias, encuentros con expertos, puede haber visitas de personalidades relacionadas, firma de autógrafos, concursos de *cosplay*, proyección de *fanvids*... La más importante y conocida es la Comic Con de San Diego, pero en la actualidad se desarrollan a lo largo de todo el mundo.

Cosplay: Práctica en la que el fan se disfraza de la misma forma que un personaje.

Cosplayer: Persona que se disfraza de la misma forma que un personaje de ficción.

Couchpotato: Persona que pasa una gran cantidad de tiempo viendo la televisión sin hacer ningún tipo de ejercicio o actividad.

Crossover (también cross-over o X-over): Encuentro de dos personajes de ficciones distintas en una de ellas. Un crossover puede desarrollarse tanto en las obras madre como en las obras derivadas de los fans.

Crowdfunding: Literalmente en castellano «micromecenazgo», «financiación masiva», «financiación por suscripción», «financiación colectiva», etc. Una acción de cooperación colectiva llevada a cabo por personas que realizan una red de contactos para conseguir dinero u otros recursos para financiar un proyecto.

CTGU (Contenidos Transmediáticos Generados por los Usuarios): Nombre académico que se le ha dado al *fanwork* (*fanfictions*, *fanart*, *vidding*, *recaps*...). También conocidos como Contenidos Generados por el Usuario (CGU). «Son aquellas manifestaciones textuales, gráficas o audiovisuales realizadas por los seguidores de una producción de la cultura de masas» (Guerrero, 2014: 250).

D

Dark fic: *Fanfic* particularmente oscuro y con conceptos perturbadores. Suele estar lleno de angustia, depresión, violencia, rabia, abuso, locura, tristeza...

Disclaimer: Aviso por parte del fan creador de *fanwork* o *CTGU* de que no posee los derechos del texto original, ni de sus personajes.

Dōjinshi: Manga auto publicado por fans, aunque algunos son publicaciones de manga de pequeña tirada y otros están basados en una obra preexistente a la que le añaden una situación o trama concretas.

Dorama: Nombre japonés de las series televisivas de imagen real.

Drabble: Relato o *fanfic* de 100 palabras, aunque en la actualidad se acepta cualquier historia corta de menos de 500 palabras.

E

Easter egg: Literalmente en castellano «huevo de Pascua», contenido oculto o semi oculto, intencionalmente introducido por los creadores de un producto, que hace referencia a otra cosa. Pueden estar escondidos dentro del metraje de una serie o película, a lo largo del desarrollo de un videojuego, en los dibujos de un cómic o integrados dentro de las interfaces de los CDs, DVDs, Blu-ray. Pueden ser bromas personales, recuerdos u homenajes a otros productos, pequeñas pistas que adelanten o desarrollen las tramas de la historia...

EWE (Epilogue? What Epilogue?): Fanworks que en el *fandom* de Harry Potter no tienen en cuenta el epílogo que aparece en el séptimo libro.

F

Fair Use: Literalmente en castellano «uso legítimo» o «uso razonable», por el cual los fans reivindican poder usar productos con copyright para sus obras. «En el derecho anglosajón se permite un uso de material protegido por derechos de autor para uso académico o informativo» (García de Pablos, 2011).

Fanac: «Actividades realizadas por fans. Es un término más amplio que los fanworks ya que incluye la asistencia y organización de convenciones, clubs, etc». (García de Pablos, 2011).

Fanadvertising: Cualquier tipo de *fanac* (actividad *fan*) que se puede utilizar para hacer publicidad de la obra madre.

Fanart (también fan art): Cualquier representación artística hecha por un fan sobre un producto ya existente, los más típicos son pinturas o dibujos y también imágenes editadas.

Fandom: Conjunto de personas unidas por un gusto común. Una comunidad auto creada y auto gestionada, con un vocabulario común, actividades propias, sin límites estrictos, pero sí con normas de conducta aceptadas y respetadas, que gira alrededor de una afición y que está basada en los principios de la generosidad y la solidaridad, donde se puede comentar, investigar y compartir todo tipo de material alrededor de dicha afición.

Fandub: Doblaje no profesional, por parte de un grupo de fans, de material audiovisual como películas, series de televisión o canciones, cambiando el idioma original por la lengua de su comunidad.

Fanfiction (también *fanficción*, *fanfic* o *fic*): Historias o relatos escritos por los fans teniendo como base un producto ya existente, pueden ser personajes, pero también personas reales.

Fanfilm (también fan film): Película o cortometraje realizado por fans teniendo como base un producto ya existente.

Fanon: Una afirmación que no es cierta en la obra madre, pero que los fans utilizan igualmente para debatir o crear sus obras.

Fanservice: Literalmente en castellano «al servicio del fan». Contenido creado por los autores originales de un producto de acuerdo con los gustos y deseos de los fans, con la intención de mantenerlos satisfechos.

Fansub: Subtítulos realizados por los fans de vídeos, películas o series desde su idioma original.

Fansubbers: Fans que realizan subtítulos para los productos audiovisuales de los que son fan sin ánimo de lucro.

Fanvids (también vids): Vídeos realizados por fans con clips de películas, series o programas de televisión. Si las imágenes son de *anime* se suelen conocer como **AMV**.

Fanwork: En el mundo académico conocido como *CTGU* (Contenidos Transmediáticos Generados por los Usuarios). Contenido realizado por fans teniendo como base un producto ya existente, puede ser *fanfiction*, *fanart*, *vidding*...

Fanzine (también zine): «Revista de escasa tirada y distribución, hecha con pocos medios por aficionados a temas como el cómic, la ciencia ficción, el cine, etc. » (DRAE - Avance de la vigésima tercera edición). En su interior suele haber todo tipo de trabajos de fans, editoriales, *fanfiction*, *fanart*... Hay diferentes tipos como los letterzines y los genzines.

Feedback: Literalmente en castellano «retroalimentación». Dentro de la red tiene el significado ya oficial de comentario o crítica constructiva, muy utilizado en el *fandom* para denominar a los comentarios que el fan que ve, lee o disfruta *fanfic*, *fanart*, *fanvid*... manda a su autor.

Femslash (también f / f slash, f / f, femmeslash, altfic o saffic): Tipo de *fanwork* con temática lésbica.

Filking o Música Filk: Canciones creadas por fans, sobre aquello de lo que son fans o del propio fenómeno en sí. En un principio destinadas a cantarse como una actividad más dentro de las convenciones.

G

Gary Stu: Tipo de personaje de un *fanfiction*, que identifica un tipo de *fanfic*. Personaje masculino creado por quien escribe el *fic*, sin defectos aparentes y sin relación con el *canon* del producto original, que se convertirá en el centro de la trama.

Genzines: Tipo de *fanzine* que se centra en temas de interés general para los fans y no en productos concretos.

Gif: Literalmente la palabra GIF es una sigla que significa Graphics Interchange Format, pero en la acepción que nos interesa es una pequeña imagen en movimiento en la que se puede ver una pequeña escena sin sonido.

H

Hardsub: Forma de traducir subtítulos en la cual el subtítulo se integra directamente en el archivo de vídeo.

Hashtag: Una etiqueta de metadatos formada por una o varias palabras y precedidas por una almohadilla (#). Se usan para clasificar los contenidos publicados en las redes sociales.

I

IC (In Character): En un *fanfic*, cuando los personajes están perfectamente caracterizados como en el producto original.

J

K

K-dramas: Drama televisivo o teleserie procedente de Corea de sur.

Kudos: Literalmente en castellano «bien hecho» o «felicidades». En AO3 es un botón que al apretarlo por parte del lector, muestra al autor sin necesidad de añadir otra cosa que el *fanfic* ha gustado.

L

Lemon: Tipo de *fanfic* que muestran relaciones sexuales dentro del contexto de una historia desarrollada.

Letterzines: Tipo de *fanzines* que publican artículos breves y cartas de fans sobre temas relacionados con sus programas favoritos (Jenkins, 2010:58)..

Lime: Tipo de *fanfic* que muestran situaciones de cierta tensión sexual y roces poco explícitos.

M

Mary Sue: Tipo de personaje de un *fanfiction*, que identifica un tipo de *fanfic*. Personaje femenino creado por quien escribe el *fic*, sin defectos aparentes y sin relación con el *canon* del producto original, que se convertirá en el centro de la trama.

Manga: Cómic japonés.

Meta: «Ensayo en el que se discuten trabajos realizados por fans, su relación con el texto base, personajes y su caracterización, comportamiento de los fans o el *fandom*. A

veces se aplica a determinados fanworks por sus características de metaficción» (García de Pablos, 2011).

N

Nick (también nickname): Alias, un nombre de fantasía por el que el fan o usuario será reconocido en la red.

O

OC (Original Character): Personaje inexistente dentro del *canon* de un producto. Se crea específicamente para un *fanfic*, si son masculinos se denominan OMC, si son femeninos OFC. Pueden o no pueden ser Mary Sue o Gary Stu.

One shot: *Fanfic* de un solo capítulo y de más de 1000 palabras.

OOO (Out of character): En castellano «fuera de lugar», es una expresión muy utilizada tanto por los autores, como por los lectores de *fanfic* para definir cuando los personajes se alejan mucho de la personalidad que sus autores reales les dieron.

OPT (One True Pairing): Literalmente en castellano «pareja perfecta». Es un término parecido al de *ship*.

P

POV (Personal Over View o Point of View): Tipo de *fanfic* donde la historia se explica desde el punto de vista de uno de los personajes. Se puede ir alternando a lo largo del escrito. Se puede usar poniendo POV y el nombre del personaje que narra.

Prompt: Literalmente en castellano «indicación». Es la palabra que utilizan los escritores de *fanfic* para pedir ideas para escribir nuevas historias. O también es conocido como la premisa o idea básica para nuevas creaciones.

Q

R

Reboot: Literalmente en castellano «reinicio». Es el relanzamiento de un producto ya hecho, no forzosamente siguiendo la continuidad previa, sino solo conservando los elementos más importantes. Se comienza todo desde el principio.

Recap: Tipo de resumen de lo sucedido en una serie, película, cómic..., donde aparece la sinopsis, fotogramas o imágenes, detalles sobre el mismo...

Review: Literalmente en castellano «revisión». Un análisis, reseña o crítica de... (puede ser un tipo de recap). Por otro lado, en muchas páginas es la indicación para que dejes comentarios sobre cualquier tipo de creación.

RP (Real People/Real Person): Tipo de *fanfiction* en el que los protagonistas son personas reales. Suelen ser personajes públicos como actores, cantantes u otros rostros famosos.

RPG (Role Playing Game): Literalmente en castellano juego de rol. Juego donde los jugadores desarrollan un rol determinado.

S

Scanlation: Actividad del *fandom* donde se escanea, traduce y distribuyen mangas por parte de los fans.

Ship: Término anglosajón que se utiliza para nombrar a una pareja con una posible relación romántica que interesa a los fans. Es un término parecido al de OPT.

Alrededor de los *ships* se crean numerosas palabras nuevas para definir cada una de las opciones, y la forma de crearlas cambia con el tiempo. Sería imposible nombrar toda esa nueva terminología de todos los *fandoms* existentes, pero podemos ejemplificarlo con algunos ejemplos del primer *fandom* que desarrolló el término *ship*.

Seis términos en relación al *ship* de Expediente X.

- **Gillovny:** Término que nombraba el *ship* de los actores David Duchovny y Gillian Anderson en la última época de la serie. (En la actualidad la forma más extendida para nombrar un ship es hacer una sola palabra mezclando el nombre de las personas o personajes).
- **MSR (Mulder Scully Romance o Mulder Scully Relationship):** Término que nombraba el ship de Mulder y Scully en la primera época de la serie y que lo sigue haciendo para los fans más veteranos. (En el pasado, una forma muy extendida de nombrar a los ship era la de utilizar las iniciales de sus nombres con la R al final)

- **Noromo:** Término que nombraba a los fans de Expediente X que no querían que Mulder y Scully mantuvieran una relación romántica.
- **Sculder:** Término que nombraba el ship de Mulder y Scully en la última época de la serie.
- **Shipper:** Término que nombraba a los fans de Expediente X que querían que Mulder y Scully mantuvieran una relación romántica. (En la actualidad es un término aplicable a los fans de cualquier pareja.)
- **Snogger:** Término que nombraba el ship de los actores David Duchovny y Gillian Anderson en la última época de la serie.

Shippar: Desde 2017 se ha empezado a decir *shippar* como sinónimo de *shippear*.

Shippear: Acción de seguir y apoyar a un *ship*.

Shipper: Término que define a todos aquellos fans que tienen y defienden un *ship*. En un principio definía a los fans de Expediente X que querían que Mulder y Scully mantuvieran una relación romántica, pero en la actualidad es un término aplicable a los fans de cualquier pareja o *ship*. En este caso, el fan aparte de ser shipper se podrá definir con el nombre distintivo de ese *ship*. (Un shipper shippea a un ship)

Slash: Tipo de *fanfiction* de temática homosexual. Sus protagonistas mantienen una relación romántica o sexual con un miembro de su mismo sexo. El término ha quedado reservado para las relaciones entre hombres.

Smut: Tipo de historias o *fanfiction* con escenas de sexo explícitas, que giran alrededor sólo de esa escena.

Sneak Peek: Extractos de un programa, serie, película... de entre 1 y 10 minutos que sirven para promocionarlo.

Softsub: Forma de traducir subtítulos en la cual se crea un archivo independiente del vídeo.

Songfic: Tipo de *fanfic* escrito generalmente en prosa e inspirado o regido por una canción, suele ser corto o del tamaño de la letra de esta. Este tipo de *fanfics* muestran algunas escenas de una historia acorde con la letra de una canción.

Spoiler: Se podría traducir al castellano como «destripar». Toda aquella información que puede estropear al fan algún tipo de sorpresa o giro de la trama en cualquier producto audiovisual o literario. Es algo muy discutido entre los fans que se puede y que no considerar spoiler y en que momento un spoiler deja de serlo.

T

Trekkie (tambien Trekker): Terminó que nombra a los fans del universo creado a través de la serie Star Trek.

V

Vidding: Proceso de creación de *fanvid*.

Vidder: Persona que realiza *fanvids*.

Viñeta: Relato o *fanfic* con un tamaño entre un *drabble* y one-shot. Suelen ser de más de 500 palabras, pero menos de 1000.

W

WAFF (Warm and Fuzzy Feeling): También conocido como *fluffy*, literalmente en castellano «suave» o «esponjo». Un tipo de *fanfic* o historia romántica con final feliz, destinada a generar sentimientos positivos en los lectores.

WIP (Work in Progress): Literalmente en castellano «trabajo en proceso». Se denominan así los *fanfic* con varios capítulos.

Womance: Relación amistosa y muy cercana entre dos mujeres, excluye relaciones románticas o de índole sexual.

X

X-fhile: Terminó que nombra a los fans del universo creado alrededor de la serie Expediente X.

Y

Z

6. CONCLUSIONES FINALES

6.1. EL *FANDOM*, DONDE ENCONTRAMOS AL FAN

6.1.1. SOBRE LA DEFINICIÓN DEL *FANDOM*. EN BUSCA DE UNA DEFINICIÓN REAL

Uno de los objetivos principales que teníamos a la hora de realizar este trabajo era obtener una definición lo más completa y realista posible del término *fandom*, así que nos parece lo más acertado empezar por ahí.

Después de haber analizado las definiciones oficiales encontradas en el mundo anglosajón, el acercamiento al término que le han dado algunos investigadores hispanohablantes, las definiciones dadas por los propios fans (de las cuales ya sacamos una definición) y todos los datos que hemos ido recopilando a lo largo de este trabajo nos atrevimos a dar una definición que creemos completa y esclarecedora.

Fandom:

Conjunto de personas unidas por un gusto común. Una comunidad autocreada y autogestionada, con un vocabulario común, actividades propias, sin límites estrictos, pero sí con normas de conducta aceptadas y respetadas, que gira alrededor de una afición y que está basada en los principios de generosidad y solidaridad, donde se puede comentar, investigar y compartir todo tipo de material alrededor de dicha afición. Este material, creado por y para la comunidad es uno de sus principales activos y lleva tanto tiempo en el *fandom* como los propios fans, siendo su evolución principalmente tecnológica, porque en sus principios básicos apenas ha variado.

6.1.2. SOBRE LOS FANS ¿QUIÉNES SON Y CUÁLES SON SUS CARACTERÍSTICAS MÁS REPRESENTATIVAS?

Una vez expuesta nuestra definición, queremos destacar varios de sus puntos importantes. Un punto importante que queremos resaltar sobre el *fandom* es que es indudablemente una comunidad de personas, ya sea virtual (a través de la red), presencial, o una mezcla de las dos. Las personas fans entran en el *fandom* buscando compartir algo con otras personas, lo que invalida la idea generalizada del fan solitario o asocial por defecto, ya que pueden serlo o no, pero no es un rasgo principal de su naturaleza. Hay algunos fans que son solitarios solo si no encuentran más personas que entiendan y compartan su afición, hay algunos que no lo son en absoluto y hay otros que, aunque puede que se escondan detrás de la pantalla porque les cuesta socializar, aun así estarán compartiendo cosas y experiencias con otras personas.

Aunque un fan empiece entrando en una comunidad de fans a través de un modelo de observador, como *lurker*, ya ha empezado a formar parte de ella y no sería extraño que con el tiempo adquiriera cualquiera de los otros roles mucho más implicados que se pueden desarrollar dentro de un *fandom*, como el de tertuliano, el de creador o el de jugador, o una mezcla de ellos.

Los fans que entran a formar parte de un *fandom* suelen, en la mayoría de los casos, acabar encontrando su pequeña comunidad dentro de la gran comunidad de fans, un espacio donde se sienten cómodos y suelen hacer amistades que trascienden el propio *fandom*. Pero fuera aparte de las pequeñas comunidades siempre habrá camaradería dentro del *fandom* entre los fans de un mismo producto cuando se reconozcan en cualquier situación de la vida o en todo caso, rivalidad, si son fans de cosas opuestas, por ejemplo dos *ships* rivales de un mismo *fandom*.

Hablando un poco más de estos fans que forman parte de los *fandoms*, nos sería imposible no mencionar la encuesta que hemos realizado como una parte fundamental de este trabajo y que nos ha permitido averiguar mucho sobre ellos en el contexto hispanohablante y nos ha ayudado a conocerlos mejor. La encuesta que hemos realizado, la cual ha sido respondida por 2406 fans que han contestado minuciosamente a todas nuestras preguntas y cuyo resultado se encuentra recogido ampliamente a lo largo de este trabajo, pero podemos volver a algunos puntos claves.

Como ya se había podido ver en las averiguaciones anteriores y posteriores a la encuesta y a las entrevistas, y como bien corroboraron estas, en el mundo hispanohablante el grueso de los fans que forman parte de los diferentes *fandoms* de los medios de comunicación son mujeres jóvenes, en la veintena, que están cursando estudios universitarios (aunque un gran número de ellas no dejarán de serlo al dejar este target). El *fandom* alrededor de los productos que hemos estado trabajando es un colectivo altamente feminizado, tanto en el mundo hispanohablante como en el mundo anglosajón.

Aunque las mujeres tardaron más que los hombres en entrar en el mundo del *fandom* de una manera generalizada, más en el mundo hispanohablante que en el anglosajón (donde ya tenían una implicación muy importante en los años 70), desde comienzos de este siglo han ido ganando terreno rápidamente, ocuparon la mayor parte de los espacios y centrando los *fandoms*, en la mayoría de las ocasiones, en un tema de *ships*. Esto hizo que muchos hombres «huyeran» o se alejarán del *fandom* o se buscaran otros espacios. Hoy en día los *fandoms* de series, películas y libros están altamente desarrollados por mujeres.

Una excepción reciente y española es la de la serie *El Ministerio del Tiempo*. Aunque tiene un buen número de *ships*, la temática amorosa es muy secundaria en su *fandom* (o, por los menos, en los productos que crean sus fans), mientras que el número de hombres que generan todo tipo de material fan es mucho más alto que en otros *fandoms*, dos realidades que están claramente relacionadas.

Por lo general, los hombres fans no suelen sentir interés por los productos que se basan en simplemente las relaciones amorosas, así que no forman parte de esos *fandoms* monopolizados por esta temática. Al mismo tiempo, las mujeres a las que el *fandom* les interesa principalmente para *shippear* no se involucran tanto en los *fandoms* si no ven una posibilidad clara de retroalimentación. Por ejemplo, los *fanfics* que se pueden encontrar *El Ministerio del Tiempo* se basan principalmente en la ciencia ficción, y en la historia de España, apenas hay trabajos relacionados con el *ship* *Jumelia* (Julián y Amelia), que en la primera temporada se podía aventurar como el oficial. Aunque, curiosamente, sí que se pueden encontrar *fanfic* donde la amistad de Julián y Alonso va más allá de la del simple compañerismo. Lo que nos lleva al siguiente punto.

Por lo general el *fandom* es ampliamente *gay-friendly*. Evidentemente, en ningún momento preguntamos por la orientación sexual ni de los encuestados ni de los entrevistados porque no nos parecía relevante, aparte de que es una clara intromisión en su privacidad. Pero si nos centramos en lo observado a lo largo de los años –sobre todo, en los últimos años– con respecto a algunos de los *ships* más seguidos, *canon* o no; en que existe un vocabulario específico para designar ciertas historias de temática homosexual y en el material creado alrededor de ciertos *ships*, *canon* o no, es difícil no ver esta tendencia.

En un *fandom* tan importante como es el de Harry Potter (el más seguido por los *fans* hispanohablantes según la encuesta), donde ninguna pareja a priori era homosexual según los libros o las películas (aunque luego su autora J. K. Rowling dijera lo contrario en algunos casos específicos), podemos destacar una fuerte tendencia por los *ship* no *canon* de Draco Malfoy con Harry Potter (*Drarry*), de Sirius Black con Remus Lupin (*Wolfstar*), de Albus Dumbledore con Gellert Grindelwald o incluso de Harry Potter y Severus Snape, todos personajes masculinos y en algunos casos, como el del propio Harry Potter, con intereses amorosos muy claros por personajes femeninos.

Si hablamos de series españolas, nos encontramos con unos casos muy interesantes en las telenovelas que se emiten por la tarde. Desde hace ya bastantes años llevan incluyendo a parejas románticas de mujeres que suelen ser muy aplaudidas y seguidas por el *fandom* de las diferentes producciones. Incluso a veces atraen a un público nuevo y más joven al normal de estos productos, que está buscando esa representación o ese tipo de relaciones en televisión. Podemos hablar de Ana y Teresa en *Amar en tiempos revueltos*, Celia y Aurora en *Seis Hermanas*, Maite y Camino (*Maitino*) en *Acacias 38* o Luisa y Amelia (*Luimelia*) en *Amar es para siempre*. Estos personajes se llevan la mayor parte de la atención del *fandom* y el mayor número de actividades *fans*.

No estamos diciendo que todos aquellos que disfrutan de esos *ship* LGTB+ lo sean, pero, al crear *fandoms* alrededor de esta temática, esos lugares se convierten en sitios seguros para que la comunidad LGTB+ pueda vivir su identidad libremente y sentirse representada, algo que llevan años intentando conseguir en los medios de comunicación.

Otro tema que nos parece muy interesante es la procedencia de los *fans*. Uno de los motivos por los que ampliamos nuestra muestra a todos los *fans* hispanohablantes, fue que, en investigaciones previas, habíamos observado un gran número de mujeres

hispanoamericanas creadoras de contenido. La encuesta nos dio unos resultados que no parecían avalar estas observaciones, pero la realidad parece ser que haya muchos más miembros del *fandom* en España que en Hispanoamérica, o no, las mujeres *fans* hispanoamericanas se involucran mucho en los *fandom*, son muy creadoras y activas, así que aunque no haya una cantidad altamente significativa, su voz se oye alta y clara en muchos *fandoms*.

6.1.3. SOBRE LAS ACTIVIDADES QUE SE REALIZAN. NO SOLO DE FANFICTION, FANART Y VIDDING VIVE EL FAN

Una de las cosas que nos interesaba a la hora de realizar este estudio era conocer bien y en profundidad todas las actividades que se realizan en el *fandom*, ya que es una parte muy importante del propio *fandom* y en algunos casos, bastante desconocida para el público en general. Queríamos conocer mejor todas las actividades y sus vericuetos y así poder medir qué capacidades se necesitan para la realización de cada una, ya que son de todo tipo y muy variadas. Así que aunque en este estudio nos centramos principalmente en las actividades creativas más conocidas como son el *fanfiction*, el *fanart* y el *vidding*, hemos aportado un listado amplio y ordenado de todas las actividades que se pueden realizar en el *fandom*, con un interés especial sobre las más creativas, de las cuales hablaremos un poco más adelante.

Este es el listado definitivo que creamos. El orden está determinado por el número de *fans* encuestados que desarrollaban cada actividad, de mayor a menor, en el mundo hispanohablante.

- Comentar en Twitter u otras redes sociales.
- Consumir *merchandising*.
- Usar *fansub*.
- Leer *recaps*, *review* o resúmenes.
- Buscar *fanart* y disfrutarlo.
- Navegar en las páginas oficiales.
- Leer *fanfiction*.
- Buscar los vídeos hechos por *fans* y disfrutar de ellos.
- Ir a expos o convenciones oficiales.
- Escribir *fanfiction*.
- Jugar al rol (*online* u *offline*).

- Buscar *spoilers*.
- Comentar en grupos de Whatsapp.
- Tener los juegos de mesa y videojuegos oficiales y jugar con ellos.
- Crear *fanart*.
- Participar en visionados en grupo.
- Ir a *kedadas* con otros *fans*.
- Crear webs, blogs o microbloggings.
- Leer *scanlation*.
- Ser *beta*.
- Practicar *cosplay*.
- Consumir *fandub*.
- Leer *fanzines*.
- Crear *recaps*, *review* o resúmenes, textuales, fotográficos, infográficos o en vídeo.
- Moderar comunidades *online*.
- Crear *vidding*.
- Leer *dōjinshi*.
- Participar en lecturas en grupo.
- Crear subtítulos.
- Ver *fanfilm*.
- Escuchar música *filk*.
- Organizar *kedadas* con otros *fans*.
- Crear juegos.
- Crear y mantener un canal de YouTube.
- Crear *fanzines*.
- Crear podcasts.
- Hacer *scanlation*.
- Escribir y cantar música *filk*.
- Hacer *fanfilm*.
- Hacer *fandub*.
- Hacer *dōjinshi*.

Como se puede ver al observar el listado, la actividad más común entre los *fans* es la de comentar su afición a través de las redes sociales. Casi tres cuartos de los encuestados desarrollan este rol de tertuliano en el *fandom* del que son seguidores.

Seguidamente, nos encontramos con la actividad más «comercial», la de consumir *merchandising*. En un principio no estábamos muy convencidos de si incorporar a este listado esta actividad, ya que más que una actividad parecía un acto de consumismo puro, pero realmente el coleccionismo es una actividad importante dentro del *fandom* desde sus comienzos y altamente inevitable, como hemos corroborado.

En tercer lugar, con algo menos de dos tercios de los fans, está la utilización de *fansub* para visualizar aquellos productos de los que son fans. Durante años fue la única forma que tenían los fans de realmente poder ver sus productos favoritos audiovisuales, o por lo menos de verlos con cierta premura en su idioma, si no dominaban el idioma, de la obra madre.

Desde aquí damos un paso más y nos centramos en las actividades creadoras. Empezamos por decir que las que hemos destacado, escribir *fanfiction*, crear *fanart* y *vidding*, están entre las cinco más realizadas. Las webs, blogs y microbloggins se alimentan de estas tres cosas, las cuales apenas han cambiado a lo largo de la historia (excepto por los medios usados –en especial, los programas de edición de audio y vídeo– y la forma de compartirlas –Internet ha democratizado mucho la forma de distribuir este material–). Por otro lado, tenemos los *recaps*, cuyo mundo nos parece altamente interesante como se pudo ver en el desarrollo de este trabajo, pero sus variantes pueden ser tantas, que era imposible analizar todas sus posibilidades. Objetivamente hablando, era más asequible y lógico centrarse en el *fanfiction*.

También nos gustaría destacar que, en el contexto hispanohablante, hay creadores de todo tipo, en todas las actividades que propusimos hay algún fan que la realiza.

6.1.4. SOBRE LA TERMINOLOGÍA QUE SE UTILIZA.

Otro de nuestros objetivos básicos a la hora de realizar este trabajo era el de conseguir un glosario lo más extenso y completo posible para que fuera viable que cualquier persona que no pertenezca al *fandom* se pueda mover sin mucha dificultad por él. Cosa que es bastante complicada. Las observaciones previas nos han vuelto patente la realidad de que las primeras semanas dentro de un *fandom* nuevo suelen ser para los

recién llegados una constante lista de preguntas, que normalmente contestan sin problema otros fans más veteranos.

Dado que cada *fandom* específico tiene una terminología básica particular, no hemos podido adentrarnos en profundidad en todos los *fandoms* porque hubiera sido algo contraproducente e imposible de abordar (aunque, a lo largo de la tesis hablamos de una forma un poco más pormenorizada de algunos *fandoms* importantes. Lo que sí hemos podido hacer es un compendio de los términos más comunes en todas las comunidades de fans, con todos los términos con los que nos hemos ido encontrando a lo largo de este trabajo cuyo significado no fuera claramente obvio. Hemos desarrollado un glosario con casi 100 términos básicos para moverse por el *fandom*.

Hay algunas definiciones que hemos encontrado ya bastante trabajadas, pero en muchos casos la idea era conseguir, como en el caso del término *fandom*, elaborar definiciones claras y concisas de lo que son y significan ciertas palabras que normalmente solo usan los fans y a veces, inclusive, con diferentes matices.

6.2. AUTOFORMACIÓN Y PRÁCTICAS COLABORATIVAS EN LA RED

Como ya hemos comentado en otras ocasiones, uno de los principios básicos del *fandom* es la solidaridad, aunque ya no se vea tan fácilmente en algunas situaciones. Como comunidad autocreada por los propios fans, todo se hace por y para ellos. Los miembros del *fandom*, al poco tiempo de entrar en él, van descubriendo las normas por las que la propia comunidad se gestiona, normas que van cambiando con los años y que cada vez se hacen más difíciles de cumplir (o, mejor dicho, de vigilar que se cumplan), ya que el número de miembros ha crecido exponencialmente y la capacidad que tiene el *fandom* de afear las conductas reprobables cada vez es menor. Por ejemplo, los fans cada vez se quejan más de que hay muchas veces que la propia comunidad ya no puede controlar ciertas conductas reprobables, como, por ejemplo, el robo de *fanwork* (CTGU), práctica cada día más extendida y menos criticada.

Lo que sigue manteniéndose intacto con el paso de los años es el aprendizaje del *fan* desde el primer momento en el que entra en el *fandom* y que este aprendizaje tiene dos características: es autoformativo (ya que lo desarrolla el *fan* desde la soledad de su hogar) y requiere la colaboración de otros *fans* (es una práctica colaborativa).

La pertenencia al *fandom* conlleva un aprendizaje constante. Como hemos dicho unos párrafos más arriba, lo primero que hay que aprender es una terminología básica. La Wikipedia (que no deja de ser una enciclopedia libre editada de una manera colaborativa en la red) y otro tipo de wikis más centradas en el *fandom* (con el mismo principio colaborativo) han ayudado a este respecto, pero normalmente la opción más fácil seguida por un recién llegado es la de preguntar, si se encuentra a quién. Nos hemos encontrado con bastantes aficionados que llegaron al *fandom* sin saber qué era, buscando información en Internet sobre aquello de lo que eran fan o simplemente navegando por la red.

Sea como fuere lo que más nos interesaba de este aprendizaje no formal en la red eran las competencias y habilidades básicas que se podían desarrollar al realizar *fanwork* dentro del *fandom*, y si esas habilidades podían ser útiles en la vida diaria.

Elegimos a este respecto analizar más en profundidad el *fanfiction*, el *fanart* y el *vidding* porque en un principio las capacidades y destrezas que se necesitan para el desarrollo de estas tres actividades son bastante claras. Son actividades artísticas que, aparte de cierta sensibilidad artística que puede mejorar con la práctica, requieren de unos conocimientos claros: escribir, dibujar y editar.

Sin embargo, interactuar en el *fandom* de por sí ayuda al desarrollo de ciertas capacidades, tanto sociales como tecnológicas, lo que convierte al *fandom* en una especie de proyecto interdisciplinar donde se tratan numerosas competencias básicas, por ejemplo:

- La competencia en comunicación lingüística. El fan tiene que saber utilizar correctamente el lenguaje escrito para poderse interrelacionar, sin conflictos, dentro del *fandom* y dependiendo de las situaciones no solo en su idioma materno, el inglés como idioma universal, también en el *fandom*, es necesario.
- La competencia digital. Casi toda la comunicación actual entre *fans* se desarrolla a través de Internet y es necesario saber moverse bien en la red para poder disfrutar al máximo de la vida en el *fandom*.
- La competencia social. El debate activo, expresar las ideas propias y escuchar las ajenas, llegar a una conclusión válida y razonada siempre ha sido muy valorado en el *fandom*. Analizar y debatir cada pequeño detalle de una situación

es una de las actividades preferidas por los *fans*, aunque es algo que está desapareciendo paulatinamente en los últimos años.

- La competencia para aprender a aprender. Se desarrolla a través de la autoformación constante. Se necesita estar actualizado para ser capaz de hacer cada vez mejor *fanwork*.
- La competencia cultural y artística y la autonomía e iniciativa personal son las que están más relacionada con la creación de *fanfiction*, *fanart* y *vidding*.

Casi todos los *fans* con los que hemos hablado afirman haber aprendido o afianzado ciertos aprendizajes gracias al *fandom*. El principal punto es que la motivación es intrínseca del *fan*, por lo cual aprender o practicar no son cosas impuestas u obligadas, es algo que se convierte en placentero y que se hace por gusto.

Las principales disciplinas que se aprenden en el *fandom* desde el comienzo son digitales o tecnológicas, unidas a programas específicos. Muchos de los *fans* encuestados aprendieron a manejar diferentes tipos de programas necesarios para la creación de *fanart*, *vidding*, subtítulos... por y para la creación de estos productos. Lo hicieron de una manera autodidacta, sin tener detrás una formación formal específica, con la ayuda de otros *fans* de manera directa o indirecta, preguntado o siguiendo el material que otros *fans* habían creado y subido a la red.

Por otro lado, para el desarrollo de ciertas competencias o capacidades, como las idiomáticas o lingüísticas, el *fandom* es más un lugar donde practicar y probar, ya que casi todos los *fans* cuando llegaron al *fandom* ya tenían unos conocimientos básicos tanto en castellano, como en inglés.

Desde un punto de vista creativo/literario, muchos de ellos tenían ya un interés especial por escribir de una manera creativa o profesional, el *fandom* lo facilitó y motivó, ya que les dio un público deseoso de consumir ese material. El *feedback* en estos casos –sobre todo, en el pasado, cuando era mucho más numeroso– fue muy importante a la hora de mejorar y depurar la técnica de cada escritor, al igual que la figura del *beta*, cada día más olvidada en el *fandom*.

Dicho lo cual podemos afirmar sin miedo que el *fandom* es un desencadenante a la hora de querer aprender más, e Internet lo ha hecho posible. La WWW ha unido a fans de todas las partes del mundo que quieren solidariamente ayudar con este aprendizaje no

formal para hacer más grande su *fandom*, que de otra manera nunca se hubieran podido poner en contacto. Los diferentes *fandoms* siempre han sido comunidades colaborativas dadas al aprendizaje no formal, pero Internet ha sido quien las ha democratizado.

6.3. EL FUTURO DEL *FANDOM*. LO QUE LE ESPERA

El futuro del *fandom* es incierto. No es que vayan a desaparecer los fans, ni las comunidades donde se encuentran. Si algo hemos averiguado a lo largo de este estudio es que lleva muchos años habiendo fans y que los fans siempre intentan unirse en comunidades de todo tipo para compartir su afición y hacer actividades que lleguen al mayor número de ellos.

Sin embargo, el mundo cambia rápido y pudiera parecer que la edad de oro de las comunidades de fans ya pasó. Nunca hubo más fans de los que hay ahora, pero ciertos principios de las comunidades de fans desaparecen, o simplemente puede ser que el cambio en el consumo lleve a las comunidades de fans a otros lugares o productos. Por ejemplo los actuales reyes del *fandom* son las telenovelas turcas y los dramas coreanos.

Al hablar con ciertos miembros del *fandom*, la conclusión parece clara: a mayor número de *fans* y a mayor facilidad a la hora de consumir ciertos productos, menos *fandom*. Las nuevas formas de consumo ni alientan ni mejoran el *fandom*, simplemente, lo diluyen.

Como hemos comentado ya en muchas ocasiones, la participación en un *fandom* –sobre todo, antes del año 2015, más o menos– era una actividad muy solidaria, la idea era que aquel producto que gustaba al fan llegara al mayor número de personas posibles, con la mejor calidad posible. La dificultad de conseguir algo motivaba al *fandom* a crear, a desarrollarse, al igual que las largas esperas entre un episodio u otro de una serie o un libro u otro. Pero la facilidad para el consumo hace que el *fandom* pierda su intensidad.

Trabajos tan necesarios en otras épocas como los subtítulos cada vez lo son menos porque los productos llegan más rápidamente subtítulos o doblados a todo el mundo. Que las series se puedan ver en maratones de fin de semana hace que aquellas actividades que se realizaban entre episodio y episodio, sean menos necesarias, o directamente no haya tiempo para realizarlas. Todo se queda obsoleto muy rápido. Como nos comentaba una fan, ahora el *fandom* ya no busca tanto calidad como rapidez.

Comentar y analizar cada producto después de su emisión se vuelve prácticamente imposible si no es un producto emitido por primera vez en una televisión de carácter público. Si cada *fan* lo ve en un momento diferente, los *spoilers* se vuelven los grandes enemigos del *fandom*. La inmediatez como némesis del *fandom*, aquel que siempre se ha hecho fuerte ante la adversidad. Recordemos las grandes campañas realizadas para salvar alguna serie.

La entrada en el negocio de las plataformas de *streaming* (Netflix, Amazon Prime Video...) hace que el consumo cada vez sea más rápido y que no haya tiempo para divagar después de cada emisión. Cuanto más rápido se consume, más rápido se olvida. Aparte de que, ante la globalización, son tantas personas las que se consideran *fans*, que es difícil controlar a los que realmente se sienten parte de una comunidad, con todas sus reglas y normas autoaprendidas y los que no. Las pequeñas comunidades de *fans* se mantienen a duras penas, los que han sido *fans* muchos años lo siguen siendo como lo eran antes, pero la rapidez del cambio desestabiliza. Como siempre pasa en el mundo real, cada generación se queja de la que la precede.

Pero lo cierto es que las actitudes y actividades que se desarrollan en el *fandom* se mantienen. Tal vez los productos cambien, es posible que se siga necesitando cierta serialidad o que los productos tengan ciertas características para que arrastren a un *fan* activo y para dar continuidad al propio *fandom*. Así que las viejas actividades se mueven y se desarrollan en productos protagonizados por *youtubers* o *influencers*, o en realities como Operación Triunfo (*fandoms* de personas reales). Y, como ya hemos comentado, los nuevos *fandoms* de moda se alejan en el contexto hispanohablante, de las series o películas estadounidenses para desarrollarse en productos propios del país, y en las telenovelas turcas o en los dramas coreanos, sin olvidar la fuerza que el manga y el anime siempre ha tenido en el mundo del *fandom*.

Después de todo lo dicho y aportado, creemos que hemos cumplido uno de nuestros objetivos que era presentar un panorama completo del pasado, presente y futuro de lo que es el *fandom* hispanohablante. Consideramos que no hay en lengua española un trabajo que presente un panorama tan comprensivo e integrado del *fandom* en donde se les dé la palabra a los propios *fans* tan abiertamente.

FUENTES Y BIBLIOGRAFÍA

12th Precinct. (s.f.). [Página web]. Recuperado el 11 de mayo de 2017, de: <https://web.archive.org/web/20170829130547/http://www.12thprecinct.com/>

Abad Ruiz, B. (2011). Fanfiction: fomento de la escritura creativa a través de las formas de literatura emergentes. *Revista Electrónica De Estudios Filológicos. TONOS*, 21. <http://www.um.es/tonosdigital/znum21/secciones/tritonos-1-fanfiction.htm>

Agente de MARVEL. (s.f.). [Canal de YouTube]. Recuperado el 5 de septiembre de 2020, de: <https://www.youtube.com/channel/UC6FVs6Xs0thw0weOI7-jPrg>

Agents of SHIELD España. (s.f.). [Canal de YouTube]. Recuperado el 5 de septiembre de 2020, de: https://www.youtube.com/channel/UCAF2AO_RKYjFa0QE5Kuo6AQ

Archive of Our Own. (s.f.). [Página web]. Recuperado el 5 de septiembre de 2020, de: <https://archiveofourown.org>

Arias, E. (1996), *Guía secreta de los Expedientes X*, Madrid, España, Nuer.

Barron, J. (1994). A New Species of Couch Potato Takes Root. *The New York Times*, Section 2, p.1. Recuperado el 6 de enero de 2015, de: <http://www.nytimes.com/1994/11/06/arts/a-new-species-of-couch-potato-takes-root.html>

Bellón Sánchez de la Blanca, T. (2012). Nuevos modelos narrativos. Ficción televisiva y transmeditación. *Comunicación*, 1, 17-31.

Benavente, F. (2009). Las esquinas oscuras de América: The Wire de David Simon y Ed Burns. *L'ATALANTE: Revista de estudios cinematográficos*, 8, 50-57.

Browncoats (s.f.). [Página web]. Recuperado el 11 de mayo de 2017, de: <http://www.browncoats.com>

Browncoats: Independence War. (s.f.). [Página web]. Recuperado el 11 de mayo de 2017, de: <http://www.browncoatsuniverse.com>

Browncoats: Redemption. (s.f.). [Página web]. Recuperado el 11 de mayo de 2017, de: <http://browncoatsmovie.com>

Cáceres Zapatero, M. D., Brändle Seán, G. y Ruiz San Román, J. A. (2010). ¿Se están modificando los hábitos de consumo audiovisual? El consumo pasivo de televisión en la era de la interactividad. *Diálogos y desafíos euro-latinoamericanos: ensayos sobre cooperación derecho, educación y comunicación*, 211-227.

Cáceres Zapatero, M. D., Brändle Seán, G. y Ruiz San Román, J. A. (2017). Nuevos modelos de participación y empoderamiento ciudadano a través de internet. *Revista de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación*, vol. 4, número7, 22-28.

Cáceres Zapatero, M. D., Brändle Seán, G. y Ruiz San Román, J. A. (2017). Sociabilidad virtual: la interacción social en el ecosistema digital. *Historia y comunicación social*, Vol. 22, Nº 1, 233-247.

Cáceres Zapatero, M.D., Díaz Soloaga, P., García García, F., García Guardia, M. L., López Coira, M. M. y Núñez Gómez, P. (2010). Construcción social de la realidad en los nativos digitales: una revisión teórica desde la perspectiva narrativa. *Prisma Social: revista de investigación social*, Nº. 4 (Narración y construcción social de la realidad).

Can't stop the serenity. (s.f.). [Página web]. Recuperado el 11 de mayo de 2017, de: <http://www.cantstoptheserenity.com>

Cascajosa Virino, C. (2005), *Prime time*, Madrid, España, Calamar Ediciones.

Cascajosa Virino, C. (2005). Por un drama de calidad en televisión: la segunda edad dorada de la televisión norteamericana. *Revista Comunicar*, 25, fascículo 2. <http://www.revistacomunicar.com/index.php?contenido=revista&numero=25>

Cascajosa Virino, C. (2006), *De la TV a Hollywood*, Madrid, España, Arkadin.

cass.delgado.n. (s.f.). [Perfil de Instagram]. Recuperado el 5 de septiembre de 2020, de: <https://www.instagram.com/cass.delgado.n/>

Chicarro, M. (2011). Aprendiendo de la ficción televisiva. La recepción y los efectos socializadores de «Amar en tiempos revueltos». *Revista Comunicar*, 36(XVIII), 181-189.

Cingolani, G., & Fernández, M. (2017). Después del fin: Una perspectiva no antropocéntrica sobre la post-TV, el post-cine y YouTube. *Palabra - Clave*, 20(4), 1165-1171. <http://dx.doi.org.bucm.idm.oclc.org/10.5294/pacla.2017.20.4.13>

Clara Edits. (s.f.). [Canal de YouTube]. Recuperado el 5 de septiembre de 2020, de: https://www.youtube.com/channel/UCHI_b6-3EyTvybpoWWyaQOw

CLARKPEACHPIT, (2012). Los 5 mejores fanvids de «Los Juegos del Hambre». *Brenda Forever*. Recuperado el 25 de febrero de 2015, de: <https://brendaforever.wordpress.com/2012/04/18/los-5-mejores-fanvids-de-los-juegos-del-hambre/>

Cuadrado Alvarado, A. (2011) El estilo del Mad Men: la desarticulación del drama televisivo. *Revista Comunicar*, 9(1), 34-48.

Damage, Inc. (2011). Superman and Batman - World's Finest Trailer [Vídeo]. Recuperado de: <https://youtu.be/t3oN3EJcfwE>

DC comics. (s. f.). [Página web]. Recuperado el 14 de abril de 2019, de: <http://www.dccomics.com/>

De los Ríos Izquierdo, C. (2007). *Cibercultura y Fandom*. [Trabajo de DEA]. Universidad Complutense de Madrid, España.

Delahpyde, S. [Steve Delahoyde] (2012). Lana Del Rey's "Hunger Games" [Vídeo]. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=1OjnbRv3krA>

Desconocido (2007). ¿Mejor que Harry Potter? *BBCMUNDO*, Recuperado el 23 de noviembre de 2014, de: http://news.bbc.co.uk/hi/spanish/misc/newsid_6250000/6250397.stm

Díaz Agudelo, J.N. (2009). *Formas emergentes de la literatura: El fanfiction desde los estudios literarios*. [Trabajo de Grado]. Pontificia Universidad Javeriana, Colombia.

Díaz Montón, D. (2011). La traducción amateur de videojuegos al español. *TRANS. Revista de Traductología*, 15, 69-82.

Echolls, J. (2009). Firefly y Serenity, la historia que sobrevive. Fracaso televisivo (I) *Telelocura*. Recuperado el 12 de junio de 2013, de: <http://www.telelocura.com/firefly-serenity-historia-sobrevive-fracaso-televisivo-i.html>

Echolls, J. (2009). Firefly y Serenity, la historia que sobrevive. Los extras: Joss Whedon nos habla (XII). *Telelocura*. Recuperado el 12 de junio de 2013, de:

<http://www.telelocura.com/firefly-serenity-historia-sobrevive-extras-joss-whedon-nos-habla-xii.html>

El Instituto de Lenguaje Klingon. Klingon Language Institute. Recuperado el 20 Septiembre 2020, de: <https://www.kli.org/about-the-kli/info-in-other-languages/klispanish/>

Europa Press (2004). Este fin de semana se celebra en Madrid el "Scully Marathon" a favor de la asociación de afectados de Neurofibromatosis. *MedicinaTV*. Recuperado el 1 de febrero de 2015, de: <http://www.medicinatv.com/noticias/este-fin-de-semana-se-celebra-en-madrid-el-scully-marathon-a-favor-de-la-asociacion-de-afectados-de-neurofibromatosis-87766>

Fábrega, J. y Vega, G. (2013). El impacto del rating televisivo sobre la actividad en Twitter: evidencia para Chile sobre la base del evento TELETÓN 2012. *Cuadernos*, 33, 43-52. <http://www.cuadernos.info/index.php/CDI/article/view/533>

Fan art [En Wikipedia]. Recuperado el 20 Septiembre 2020, de: https://es.wikipedia.org/wiki/Fan_art

Fandom. [En Wikipedia]. Recuperado el 19 Septiembre 2020, de: <https://es.wikipedia.org/wiki/Fandom>.

FanFiction. (s. f.). [Página web]. Recuperado el 5 de septiembre de 2020, de: <https://www.fanfiction.net/>

Fanfiteca Expediente X. (s. f.). [Foro *online*]. Recuperado el 5 de septiembre de 2020, de: <http://lafanfiteca.net/>

Fans de Grey. (s. f.). [Página web]. Recuperado el 5 de septiembre de 2020, de: <http://www.trilogiacincuentasombras.com/>

Feito, M. T. (2005). *Louisa May Alcott. Colección: Mujeres en la historia*, Madrid, España, Edimat Libros.

Fernández Mallo, A. (2008). Las fanfictions y el Centro de los Tiempos. *El País*. Recuperado el 20 de noviembre de 2014, de: http://elpais.com/diario/2008/12/13/babelia/1229128770_850215.html

Ferrer Simo, M. R. (2005). Fansubs y scanlations: la influencia del aficionado en los criterios profesionales. *Puentes*, 6, 27-44.

Fireflyfans. (s. f.). [Página web]. Recuperado el 21 de noviembre de 2014, de: <http://www.fireflyfans.net/>

Francisca Solar - Autora superventas de ficción (s. f.). [Página web]. Recuperado el 5 de septiembre de 2020, de: <http://fransolar.com/>

Friera, S. (2005). No sé cómo llegué al segundo capítulo. Entrevista a Hernan Casciari, autor de la popular y premiada blogonovela «Los Bertotti». *Página 12*. Recuperado el 25 de noviembre de 2014, de: <http://www.pagina12.com.ar/diario/suplementos/espectaculos/2-1213-2005-12-07.html>

García de Pablos, B. (2009) *Historia del Vidding*. [Trabajo universitario] <http://belengar.dreamwidth.org/4680.html>

García de Pablos, B. (2011). *Los trabajos de fans como crítica*. [Trabajo final de Máster]. Universidad Oberta de Cataluña, España. http://openaccess.uoc.edu/webapps/o2/bitstream/10609/8403/1/bgarcia_de_TFM_0611.pdf

García Miranda, C. (2015). Fanfiction: Harry Potter, porno y copyright. *El Huffington Post*. Recuperado el 23 de enero de 2015, de: http://www.huffingtonpost.es/carlos-garcia-miranda/fanfiction-harry-potter-p_b_6507740.html

Genge, N. y Iriarte Goñi, E. (1997). *El libro de Expediente-X (2)*, Barcelona, España, Emecé.

Grandío Pérez, M. M. (2009). *Audiencia, fenómeno fan y ficción televisiva*, Buenos Aires, Argentina, Libros en red.

Grandío Pérez, M. M. (2016). *Adictos a las series: 50 años de lecciones de los fans*. Barcelona, España, Editorial UOC.

Grandío, M. M. (2009). El entretenimiento. Un estudio de audiencia desde la noción de gusto. *Comunicación y Sociedad*, 2(XXII), p.139-158.

Gray, J., Sandvoss, C. y Lee Harrington, C. (2007). *Fandom: Identities and communities in a mediated world*. Nueva York, EE. UU, NYU Press.

Gross Salvata, B. (2007). El aprendizaje colaborativo a través de la red: Límites y posibilidades. *Aula de innovación educativa*, 162, 44-50.

Grossman, L. (2011). The boy who lived forever. *TIME*. Recuperado el 10 de noviembre de 2014, de: <http://content.time.com/time/arts/article/0,8599,2081784,00.html>

Guerrero, M. (2014). Webs televisivas y sus usuarios: un lugar para la narrativa transmedia. Los casos de «Águila Roja» y «Juego de Tronos» en España. *Nueva época*, 21, 239-267.

Guerrero, M. (2015). *Historias más allá de lo filmado: Fan fiction y narrativa transmedia en series de televisión*. [Tesis doctoral] Universitat Pompeu Fabra, Barcelona, España.

Guerrero-Pico, M., Establés, M., & Masanet, M. (2017). Fandom, perspectivas renovadas. *Palabra - Clave*, 20(4), 847-855. <http://dx.doi.org/bucm.idm.oclc.org/10.5294/pacla.2017.20.4.1>

Hellekson, K. y Busse, K. (eds.) (2006). *Fan fiction and fan communities in the age of the internet: New essays*. Jefferson, NC, EE. UU, McFarland.

Henríquez, A. (2007). De Internet a las librerías. *BBCMUNDO*. Recuperado el 2 de diciembre de 2014, de: http://news.bbc.co.uk/hi/spanish/misc/newsid_6324000/6324865.stm

Hernández Pérez, M y Grandío Pérez, M.M. (2011). Narrativa Crossmedia en el discurso televisivo de Ciencia Ficción. Estudio de «Battlestar Galactica» (2003-2010). *Área Abierta*, 28, 1-20.

Herrero-Diz, P., Delmar, J. L., del Toro, A., & Sánchez-Martín, M. (2017). Estudio de las competencias digitales en el espectador fan español. *Palabra - Clave*, 20(4), 917-947. <http://dx.doi.org/bucm.idm.oclc.org/10.5294/pacla.2017.20.4.4>

Hibberd, J. (2011). 'Firefly' returning to cable; Fillion says he'd play Mal again. Inside TV. *Entertainment Weekly*. Recuperado el 12 de junio de 2013, de: <http://insidetv.ew.com/2011/02/17/firefly-returns/>

Hills, M. (2002). *Fan cultures*. Londres, Gran Bretaña, Routledge.

Hine, C. (2004), *Etnografía virtual*, Barcelona, España, Editorial UOC.

Iglesias, A. (2013). Las series de televisión ponen de moda España en Finlandia. *El correo gallego*. Recuperado el 2 de noviembre 2014, de: <http://www.elcorreogallego.es/index.php?idMenu=3&idNoticia=791491>

IMDB. (s. f.). [Página web]. Recuperado el 5 de septiembre de 2020, de: <http://www.imdb.com/>

Jenkins, H. (2008). *Convergence culture*, Barcelona, España, Paidós.

Jenkins, H. (2009). *Fans, blogueros y videojuegos. La cultura de la colaboración*, Barcelona, España, Ediciones Paidós Ibérica.

Jenkins, H. (2010). *Piratas de Textos*, Madrid, España, Paidós Comunicación.

Jenkins, H. (2013). Transmedia 101 and Other Posts En Espangnol. *Henryjenkins*. <http://henryjenkins.org/2013/11/transmedia-101-en-espangnol.html>

Jenkins, H. (2018). Fandom, Negotiation, and Participatory Culture. *P. Booth, A Companion to Media Fandom and Fan Studies*, 13-26. John Wiley & Sons, Inc.

Jenkins, H., Ford, S. y Green, J. (2015). *Cultura transmedia: La creación de contenido y valor en una cultura en red*, Madrid, España, Gedisa.

Kelly, J. (2013). Janeites: The curious American cult of Jane Austen. *BBC News Magazine*. Recuperado el 23 de enero 2015, de: <http://www.bbc.com/news/magazine-21036818>

Kindle Worlds (s. f.). [Página web]. Recuperado el 14 de junio de 2017, de: <https://kindleworlds.amazon.com/>

Kuhn, T. (2011). The History: Help Nathan Buy Firefly. *Unstoppable Signals*. Recuperado el 06 de septiembre de 2020, de: <http://unstoppablesignals.com/hnbf/>

Kwality Kontrol (s.f.). [Canal de YouTube]. Recuperado 5 de septiembre de 2020, de: <https://www.youtube.com/user/kwalitykontrol>

La universidad de la calle (s.f.). [Página web]. Recuperado el 5 de septiembre de 2020, de: <http://www.universidad-de-la-calle.com/>

La vaca de Fringe (s.f.). [Página web]. Recuperado el 5 de septiembre de 2020, de: <http://lavacadefringe.files.wordpress.com/>

lacacamola [@lacacamola]. (s.f.). Publicaciones [Perfil de Instagram]. Recuperado el 6 de mayo de 2020, de <https://www.instagram.com/lacacamola/>

Laudj. (2003). Video Scully Marathon 2003 by Lau [Vídeo]. Recuperado el 5 de septiembre de 2020, de: <https://vimeo.com/30296952>

Lee, M. S. [Marion S. Lee] (s.f.). [Canal de YouTube]. Recuperado 5 de septiembre de 2020, de <https://www.youtube.com/channel/UC3UZCPeXpJVNtu8N1cqMI3w>

Levy, P. (2007), *Cibercultura. La cultura de la sociedad digital*, Barcelona, España, Anthropos Editoriales.

lizmefel (2013). Fifty Shades of Grey - Matt Bomer and Alexis Bledel CHEMISTRY. [Vídeo] Recuperado de: https://youtu.be/KdSuK_kVz_E

López García, G. (2005). *Modelos de comunicación en Internet*, Valencia, España, Tirant lo Blanch.

lord_mesa [@lord_mesa] (s.f.). Publicaciones [Perfil de Instagram]. Recuperado el 6 de mayo de 2020, de https://www.instagram.com/lord_mesa/

Lozano Delmar, J. (2015). Radiografía del espectador fan en España. *Ocho Quince. Magazine digital sobre series*. 3x02. *Stop wasting your breath*, 78-83. http://issuu.com/ochoquincemag/docs/ochoquince_3x02_-_stop_wasting_your/c/spe08gi

Lozano Delmar, J. y Hermida Congosto, A. (2007). Macbeth: Culturas populares y “fandom”. *Comunicación*, 5, 315-332.

Lugo, N., Melón, M. E., y Castillo, M. C. (2017). La representación del autismo en las narrativas de fan fiction.net: Los espacios de afinidad como oportunidad para la

negociación de sentido. *Palabra - Clave*, 20(4), 948-978.
<http://dx.doi.org.bucm.idm.oclc.org/10.5294/pacla.2017.20.4.5>

Luque Cubero, M.J. y Lalueza Sazatornil, J.L. (2013). Aprendizaje colaborativo en comunidades de práctica en entornos de exclusión social. Un análisis de las interacciones. *Revista de Educación*, 362, 402-428.

Macías, F (2012). Pasión por «Amar en tiempos revueltos» en Italia. *RTVE*. Recuperado el 2 de noviembre 2014, de: <http://www.rtve.es/television/20120426/amar-tiempos-revueltos-web-italia/518420.shtml>

Manzano, S. (2009). «Orgullo y prejuicio y zombies». Revisando un clásico. *Papel en blanco*. Recuperado el 22 de noviembre de 2014, de: <http://www.papelenblanco.com/fantastico-ci-fi/orgullo-y-prejuicio-y-zombies-revisando-un-clasico>

Marathon Scully 2008 Paris (s.f.). [Página web]. Recuperado el 5 de septiembre de 2020, de: <http://scullymarathonfrance.blogspot.com.es/>

Marcelo, C. (2001). Aprender a enseñar para la Sociedad del Conocimiento. *Revista Complutense de Educación*, 2(12), 531-593.

Marcelo, C. (2010). Autoformación en el siglo XXI. En: J. Gairin, *Nuevas estrategias formativas para las organizaciones*, (141-170). Madrid, España: Wolters Kluwer.

Martín Alegre, S. (2006). *Expediente X. En honor a la verdad*, Madrid, España, Alberto Santos Editor.

Martínez García, C (2017). *Dentro del laberinto friki: una mirada sociológica a la cultura friki en España*, Madrid, España, Apache Libros.

Martínez García, C. (2014). *La búsqueda de nuevos valores, referentes y modelos en un mundo líquido: El refugio de la cultura “fiki” en España*. [Tesis doctoral] Universidad Pontificia de Salamanca, España.

Martínez García, E. (2010). Los fansubs: el caso de traducciones (no tan) amateur. *Um*. http://www.um.es/tonosdigital/znum20/secciones/monotonos-los_fansubs.htm

Martínez García, E. M. (2011). Por qué recomiendo el fansubbing. *El arte de traducir. Blog sobre traducción profesional, fansubbing y mundo laboral*. Recuperado el 21 de febrero de 2015, de: <https://elartedetraducir.wordpress.com/2011/12/11/por-que-recomiendo-el-fansubbing>

Martos García, A. & Martos García, A. (2013). Las nuevas escrituras juveniles en el contexto de la posmodernidad. *TEXTURA - Revista de Educação e Letras*, 29(15). <http://www.periodicos.ulbra.br/index.php/txra/issue/view/84>

Martos Núñez, E. (2006). “Tunear” los libros: series, fanfiction, blogs y otras prácticas emergentes de lectura. *OCNOS*, 2, 63-77.

Merriam-Webster Dictionary (s.f.) [Página web]. Recuperado el 13 de septiembre de 2020, de: <https://www.merriam-webster.com/>

MIT TechTV (s.f.). [Página web]. Recuperado el 5 de septiembre de 2020, de: <http://techtv.mit.edu/tags/2522-otw/videos>

Mora, V.L. (2006), *Pangea: Internet, blogs y comunicación en un nuevo mundo*, Sevilla, España, Fundación Jose Manuel Lara.

Morales Morante, F. y Hernández, P. (2012) Las webseries: convergencias y divergencias de un formato emergente de la narrativa en red. *Revista Comunicación*, 10(1), 140-149.

Morales, S. T. (2017). Adictos a las series: 50 años de lecciones de los fans. *Palabra - Clave*, 20(4), 1161-1164. <http://dx.doi.org/bucm.idm.oclc.org/10.5294/pacla.2017.20.4.12>

Moran Rodríguez, C. (2007). Li(nk)teratura de kiosko cibernético: Fanfictions en la red. *Cuadernos de Literatura*, Bogotá (Colombia), 12(23), 27-53.

Muñoz Sanchez, P. (2010). Documental sobre los fansubs: algunas reflexiones. *Algo más que traducir*. Recuperado el 22 de febrero de 2015, de: <http://algotrasladucir.com/documental-sobre-fansubs>

National Novel Writing Month (s.f.). [Página web]. Recuperado el 5 de septiembre de 2020, de: <http://nanowrimo.org/>

Obsse (s.f.). [Página web]. Recuperado el 5 de septiembre de 2020, de: <http://www.obsse.com/index.shtml>

Olvidadero (2006). Chaquetas Marrones del mundo, uníos. *Whedonverso*. Recuperado el 12 de junio de 2013, de: <http://www.whedonverso.com/2006/05/chaquetas-marrones-del-mundo-unos.html>

Oxford English Dictionary (s.f.) [Página web]. Recuperado el 13 de septiembre de 2020, de:

Packer, R. (2018). It's the end of Kindle Worlds as we know it. *Roger Packer. Blog de autoedición*. Recuperado el 06 de septiembre de 2020, de: <https://rogerpacker.com/its-the-end-of-kindle-worlds-as-we-know-it/>

Páez Prado, H. (2013). El demonio. Digoo... Fansubs: qué son y cómo funcionan. Traduciendo. Recuperado el 22 de febrero de 2015, de: <http://traduciendo.com/fansubs/>

Partanen, E., Kujala, T., Näätänen, R., Liitola, A., Sambeth, A., y Huottilainen, M. (2013). Learning-induced neural plasticity of speech processing before birth. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 110(37), 15145-15150.

Pérez- Gómez, M.A. (2009). El culto al píxel: una aproximación al retrogaming como forma de fandom. *Revista Comunicación*, 7(1), 222-234.

Piñeiro Otero, T. y Costa Sánchez, C. (2013). De series españolas de éxito a producciones audiovisuales transmediáticas. Análisis de «Águila Roja», «El Barco» y «Amar en tiempos revueltos». *Estudios Sobre El Mensaje Periodístico*, 19(0). <http://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/view/42175/40155>

Project Browncoats: Independence War (s. f.). [Página web]. Recuperado el 5 de septiembre de 2020, de: <http://www.kickstarter.com/projects/829136455/browncoats-independence-war-a-firefly-fan-film>

Project Con Man (s. f.). [Página web]. Recuperado el 5 de septiembre de 2020, de: <https://www.indiegogo.com/projects/con-man>

Puig, Q. (2002). El fandom como estilo de vida: fanzines españoles (1976 -2000). En F. Rodríguez, *Comunicación y cultura juvenil* (93-108). Barcelona, España: Editorial Ariel.

Quijada, P. (2013). Los bebés pueden aprender antes de nacer. *ABC*. Recuperado el 27 de agosto de 2013, de: <http://www.abc.es/sociedad/20130827/abci-bebes-aprenden-desde-utero-201308261659.html>

Ramírez, J. (2015). Prácticas culturales y televisión de proximidad cultural. *Surco Sur*, 5(8), 57-64. <http://dx.doi.org/10.5038/2157-5231.5.8.26>

Ramos, M., Lozano, J. y Hernández-Santaolalla, V. (2012). Fanadvertising y series de televisión. *Revista Comunicación*, 10(1), 1211-1223.

Rodríguez Vargas, M. E. (2017). *Betareader: el corrector del fanfiction*. [Trabajo fin de carrera]. Instituto Superior de Letras. Eduardo Mallea. Buenos Aires. Argentina.

Roig Telo, A., Sanchez-Navarro, J. y Leibovitz, T. (2012) ¡Esta película la hacemos entre todos! Crowdsourcing y crowdfunding como prácticas colaborativas en la producción audiovisual contemporánea. *Revista Icono* 14, 1(10), 25-40.

Roig, A. (2017). Películas realizadas por fans: ¿una categoría incómoda? *Palabra - Clave*, 20(4), 979-1007. <http://dx.doi.org/bucm.idm.oclc.org/10.5294/pacla.2017.20.4.6>

Rooney, K. (Ed.). (1999). *Encarta world English dictionary*. London: Bloomsbury.

Ruiz De Elvira, Á. P. (2011). Segunda Cruzada Firefly. *Blogs Cultura. El País*. Recuperado el 12 de junio de 2013, de: <http://blogs.elpais.com/quinta-temporada/2011/02/cruzada-firefly.html>

Rule, C. [moviemker] (2006). THE ORIGINAL Scary 'Mary Poppins' Recut Trailer [Vídeo]. Recuperado de: https://youtu.be/2T5_0AGdFic

Sanz Martos, S. (2005). Comunidades de práctica virtuales: acceso y uso de contenidos. *Revista De Universidad Y Sociedad Del Conocimiento*, 2,2. <http://www.uoc.edu/rusc/2/2/dt/esp/sanz.pdf>

Sarda Frouchtmann, J. (2006). Una historia diferente del fenómeno de los admiradores. *ESETÉ* 16. *Eres mi héroe*. 94-101. www.amaste.com/material/16/esete16_fenomenofan.pdf

Sawyer, J. (2009). A Piece Of The Action. <http://www.apieceoftheaction.net/>

Scolari, C. A. (2013), *Narrativas transmedia. Cuando todos los medios cuentan*, Barcelona, España, Deusto, Centro Libros.

Scolari, C. A., y Establés, M. (2017). El ministerio transmedia: Expansiones narrativas y culturas participativas. *Palabra - Clave*, 20(4), 1008-1041. <http://dx.doi.org.bucm.idm.oclc.org/10.5294/pacla.2017.20.4.7>

Scolari, C.A., Jiménez, M. y Guerrero, M. (2012) Narrativas transmediáticas en España: cuatro ficciones en busca de un destino cross-media. *Comunicación y sociedad*,1(XXV), 137-163.

Scully Marathon 2002 (s.f.) [Página web]. Recuperado el 5 de septiembre de 2020, de: <http://www.silveraspen.net/marathon/frame.htm>

Scully Maraton 2003 (s.f.) [Página web]. Recuperado el 5 de septiembre de 2020, de: <http://blog.acnefi.org/post/2011/05/25/Scully-Marathon-2003.aspx>

Scully Maraton Barcelona 2003. AC Nefi. <http://www.acnefi.org/revista/n00690.htm>

Scully Maraton Barcelona 2004. AC Nefi. <http://www.acnefi.org/revista/n00735.htm>

Silviasi22. (s.f.). [Canal de YouTube]. Recuperado 5 de septiembre de 2020, de: <https://www.youtube.com/channel/UC5HOBVXg-G-sNSmiJiMkWbA>

Spockanalia. (2020). Fanlore. Recuperado 5 de septiembre de 2020, de: <https://fanlore.org/wiki/Spockanalia>

Star Wars: Star Wars Fan Film Awards (s.f.) [Página web]. Recuperado el 23 Septiembre 2020, de <https://web.archive.org/web/20160926102502/http://www.starwars.com/star-wars-fan-film-awards>

The American Heritage Dictionary (s.f.) [Página web]. Recuperado el 13 de septiembre de 2020, de: <https://www.ahdictionary.com/>

Thomas, R. (2013). The Veronica Mars Movie Project. Kickstarter. Fanlore. Recuperado 5 de septiembre de 2020, de: <https://www.kickstarter.com/projects/559914737/the-veronica-mars-movie-project>

Tiana Ferrer, A. (1987) Educación obligatoria asistencia escolar y trabajo infantil en España en el primer tercio del siglo XX. *Historia de la educación: Revista interuniversitaria*, 6, 43-60.

Trelles Villanueva, A. (2013). *Relación entre televisión e Internet en las series españolas emitidas en prime time*. [Tesis doctoral] Universidad Complutense de Madrid, España.

Urban Dictionary (s.f.) [Página web]. Recuperado el 14 de septiembre de 2020, de: <http://www.urbandictionary.com/>

Valdivia Guzmán, J. (2009). *Las comunidades de práctica online: Conocimiento y aprendizaje*. [Tesis doctoral]. Universidad Nacional de Educación a Distancia, España.

Valls Carol, M.R. (1999). *Comunidades de aprendizaje*. [Tesis doctoral]. Universidad de Barcelona. España.

Vasquez Bronfman, S. (2011) Comunidades de práctica. *Educator*, 1(47), 51-68. <http://educar.uab.cat/article/view/71/58>.

Walkingaftertime. (s.f.). [Canal de YouTube]. Recuperado 5 de septiembre de 2020, de: <https://www.youtube.com/channel/UCW659JY-WSFQUx1WhFaIxpQ>

Waters, D. (2004). Rowling backs potter fan fiction. *BBC News*. 21 de noviembre de 2014 Recuperado de: <http://news.bbc.co.uk/2/hi/entertainment/3753001.stm>

Wenger, E. (2001). *Comunidades de práctica. Aprendizaje, significado e identidad*, Barcelona, España, Editorial Paidós.

Wikipedia (s.f.) [Página web]. Recuperado el 22 de septiembre de 2020, de: <http://en.wikipedia.org>

Word Reference (s.f.) [Página web]. Recuperado el 20 de septiembre de 2020, de: <http://www.wordreference.com/es/>

Worldcon The World Science Fiction Convention (s.f.) [Página web]. Recuperado el 19 Septiembre 2020, de: <http://www.worldcon.org/>

ANEXOS

ANEXO 1: CUESTIONARIO

29/8/2020

EL FANDOM Y LOS FANS

EL FANDOM Y LOS FANS

Esta encuesta es parte del trabajo de investigación que estoy realizando para mi tesis doctoral "Fandom, autoformación y prácticas colaborativas en la red". Así que muchas gracias por colaborar. Esta es una encuesta anónima y no hay respuestas correctas, así que por favor, contesta con sinceridad. Tardaras, como máximo, unos 12 minutos en rellenarla. Muchas gracias.

1. 1. - ¿Eres o has sido fan de algún tipo de producto cultural mass media como libros, películas, series de televisión, cómics y/o videojuegos?

Marca solo un óvalo.

☐ Sí

☐ No

2. 2. - Sexo.

Marca solo un óvalo.

☐ Hombre

☐ Mujer

3. 3. - ¿Cuál es tu rango de edad?

Marca solo un óvalo.

☐ 14 años o menos

☐ De 14 años a 18 años

☐ De 19 años a 23 años

☐ De 24 años a 28 años

☐ De 29 años a 33 años

☐ De 34 años a 43 años

☐ De 44 años a 53 años

☐ De 54 años a 63 años

☐ 64 años o más

4. 4. - ¿De dónde eres?

Marca solo un óvalo.

- ☐ Argentina
- ☐ Bolivia
- ☐ Chile
- ☐ Colombia
- ☐ Costa Rica
- ☐ Cuba
- ☐ Ecuador
- ☐ El Salvador
- ☐ España
- ☐ Guatemala
- ☐ Guinea Ecuatorial
- ☐ Honduras
- ☐ México
- ☐ Perú
- ☐ Panamá
- ☐ Paraguay
- ☐ Puerto Rico
- ☐ República Dominicana
- ☐ Sahara Occidental
- ☐ Uruguay
- ☐ Venezuela
- ☐ Otro: _____

5. 5.- Número de habitantes de la población donde vives.

Marca solo un óvalo.

- ☐ Menos de 5.000 habitantes
- ☐ De 5.000 a 20.000 habitantes
- ☐ De 20.000 a 100.000 habitantes
- ☐ De 100.000 a 500.000 habitantes
- ☐ De 500.000 a 1.000.000 habitantes
- ☐ Más de un 1.000.000 habitantes

6. 6. - ¿Cuáles fueron tus últimos estudios finalizados?

Es difícil hablar de generalidades en la educación a nivel mundial. Rellena pensando donde puedes encajar mejor

Marca solo un óvalo.

- ☐ Educación primaria
- ☐ Educación secundaria
- ☐ Formación profesional
- ☐ Educación preuniversitaria
- ☐ Educación universitaria
- ☐ Postgrados - Doctorados - Masters (Cualquier estudio superior tras el primer título universitario)

7. 7. - ¿Qué haces en la actualidad?

Marca la o las opciones que más se acerquen a tu situación actual

Selecciona todos los que correspondan.

- ☐ Estoy trabajando
- ☐ Estoy buscando trabajo
- ☐ Estoy intentando montar mi propio negocio
- ☐ Estoy a cargo de la casa, los hijos o personas enfermas
- ☐ Estoy jubilado/a
- ☐ Estoy cursando estudios inmediatamente superiores a mi última titulación
- ☐ Estoy estudiando idiomas (Dentro o fuera de instituciones oficiales)
- ☐ Estoy estudiando algo relacionado con la informática: programación, diseño gráfico, creación de páginas web... (Dentro o fuera de instituciones oficiales)

Otro: ☐ _____

8. 8. - ¿Principalmente a través de qué producto cultural te haces fan?

Marca solo un óvalo.

- ☐ Películas
- ☐ Series de televisión
- ☐ Libros
- ☐ Cómic
- ☐ Video juegos
- ☐ Otro: _____

9. 9.- Escribe el nombre de aquellos productos, personajes o universos de los que eres o has sido más fan (Por ejemplo Harry Potter, Marvel, Expediente X, Superman).

Como máximo 4

10.

11.

12.

13. 10.- En total ¿cuántos años llevas formando parte del mundo de los fans?

Da lo mismo que sea en productos diferentes

14. 11.- ¿Te consideras o te has considerado en algún momento parte de algún fandom (comunidad de fan)?

Marca solo un óvalo.

☐ Sí☐ No Salta a la pregunta 23

15. 12.- ¿Pertenece o has pertenecido al fandom de alguno de los productos, personajes o universos de los que anteriormente te has declarado fan? Si es que sí, ¿de cuáles?

Si no es "De todos" escribe de cuales. Como máximo 3

Marca solo un óvalo.

☐ De todos

16.

17.

18.

19. 13. - ¿Formabas parte de un fandom antes de conocerlo a través de Internet?

Marca solo un óvalo.

☐ Sí

☐ No

20. 14. - ¿Cuándo empezaste a formar parte del fandom en Internet?

Marca solo un óvalo.

☐ Antes del año 2000

☐ Del 2001 al 2005

☐ Del 2006 al 2010

☐ Después del 2010

21. 15. - ¿En este momento formas parte de algún fandom?

Marca solo un óvalo.

☐ Sí *Salta a la pregunta 23*

☐ No *Salta a la pregunta 22*

22. 16. - ¿Por qué en este momento no formas parte de un fandom?

Selecciona todos los que correspondan.

☐ No tengo tiempo

☐ No hay ningún producto cultural que me guste lo suficiente en este momento

☐ Ya no es algo a lo que me interese dedicar tiempo

☐ Tengo otro hobby que me gusta más

☐ Ya no me siento cómodo/a dentro del fandom

☐ El fandom que seguía apenas tiene actividad y público en la actualidad

Otro: ☐ _____

23. 17. - ¿Escribes o has escrito fanfiction?

Marca solo un óvalo.

- ☐ Sí *Salta a la pregunta 24*
☐ No *Salta a la pregunta 26*

Salta a la pregunta 24

24. 18. - Marca la o las opciones que más te representen como escritor/a de fanfiction.

Selecciona todos los que correspondan.

- ☐ a. - Ya escribía fanfic antes de saber lo que eran
☐ b.- El primer relato que escribí, fuera a parte de la escuela, fue un fanfic
☐ c.- Me gustaría ser escritor/a, guionista, periodista... algo que me permita escribir
☐ d.- Desde que escribo fanfic mi técnica ha mejorado y me fijo en cosas que antes no hacia
☐ e.- Escribo fanfic porque me gusta escribir y así es más fácil llegar a lectores potenciales
☐ f.- He estudiado o estudiaré Filología, Literatura, Ciencias de la Información...
☐ g.- Escribo o escribía ficción original
☐ h.- He escrito fanfiction en un idioma diferente al castellano
☐ i.- He escrito un fanfic como deberes para mis clases de inglés, castellano u otro idioma
☐ j.- Escribir fanfic me motiva a seguir escribiendo
☐ k.- Nunca he publicado mis fanfiction
☐ l.- Ya no escribo fanfiction

Otro: ☐ _____

25. 19. - Marca la o las opciones que más te representen con respecto a los beta o beta reader.

Un beta o un beta reader es una especie de editor, alguien que lee y corrige los fanfic antes de ser publicados y que da ideas de cómo mejorarlos o que le dice al escritor sus fallos o errores ortográficos y/o gramaticales.

Selecciona todos los que correspondan.

- ☐ a.- No sabía lo que era un o una beta, me acabo de enterar
- ☐ b.- No tengo beta
- ☐ c.- Cambio de beta dependiendo del fandom o de las circunstancias
- ☐ d.- Quiero un o una beta fija, pero no lo consigo
- ☐ e.- Tengo un o una beta fija desde hace muchos años
- ☐ f.- Tengo más de un o una beta fijos
- ☐ g.- No publico si mi fanfic no está beteadado
- ☐ h.- Publico si mi fanfic no está beteadado, pero prefiero no hacerlo
- ☐ i.- No me gusta que me corrijan, nadie comprende mis ideas tan bien como yo
- ☐ j.- Me gusta que me den un buen repaso a la ortografía
- ☐ k.- Me gusta que me comenten cualquier detalle mejorable

Otro: ☐ _____

26. 20.- ¿Eres o has sido beta en alguna ocasión o de manera constante?

Un beta o un beta reader es una especie de editor, alguien que lee y corrige los fanfic antes de ser publicados y que da ideas de cómo mejorarlos o que le dice al escritor sus fallos o errores ortográficos y/o gramaticales.

Marca solo un óvalo.

- ☐ Sí
- ☐ No *Salta a la pregunta 28*

27. 21.- Marca la o las opciones que más te representen como beta, beta-reader, editor...

Selecciona todos los que correspondan.

- ☐ a.- Estudio o he estudiado algo relacionado con la edición y corrección de textos
- ☐ b.- Siempre betee a las mismas personas
- ☐ c.- Me ofrezco como beta en páginas como Fanfiction.net o en otras páginas donde hagan este tipo de listados
- ☐ d.- No es algo que haga normalmente, pero si alguien me pide que les betee lo hago
- ☐ e.- Cuando veo que alguien conocido se está planteando escribir fanfic me ofrezco como beta, para fomentar que haya más escritores de fanfic
- ☐ f.- Suelo corregir ortografía
- ☐ g.- Suelo ayudar con las tramas
- ☐ h.- Suelo ayudar con la consistencia de la historia

Otro: ☐ _____

28. 22.- ¿Lees fanfiction?

Marca solo un óvalo.

- ☐ Sí *Salta a la pregunta 29*
- ☐ No *Salta a la pregunta 31*

29. 23.- Marca la o las opciones que más te representen como lector de fanfic.

Selecciona todos los que correspondan.

- ☐ a.- Leo principalmente fanfics en castellano
- ☐ b.- Leo fanfics en castellano porque no los encuentro en inglés
- ☐ c.- Leo principalmente fanfics en inglés
- ☐ d.- Leo fanfics en inglés porque no los encuentro en castellano
- ☐ e.- Leo indistintamente fanfic en castellano o en inglés
- ☐ f.- Me gusta más leer en inglés, creo que los fanfics son mejores
- ☐ g.- Leo principalmente fanfics en otro idioma (ni inglés, ni castellano)
- ☐ h.- Leo fanfic en otro idioma con traductores automáticos
- ☐ i.- Empecé a leer fanfics en otros idiomas para practicar otro idioma
- ☐ j.- Desde que leo fanfics en otro idioma al mío mi capacidad lectora en ese idioma a mejorado mucho, ya apenas necesito consultar diccionario o traductores
- ☐ k.- Tengo autores favoritos
- ☐ l.- Una de mis aficiones favoritas siempre ha sido leer
- ☐ ll.- Leo más desde que leo fanfic
- ☐ m.- Un fanfic es la primera historia que leí sin obligación
- ☐ n.- Desde que leo fanfics leo menos ficción original
- ☐ ñ.- Si el fanfic no cumple unos mínimos de estructura y gramática, no lo sigo leyendo después de unos párrafos
- ☐ o.- Leo fanfics prácticamente a diario
- ☐ p.- Leo fanfics más o menos una vez a la semana
- ☐ q.- Leo fanfics una vez al mes o menos
- ☐ r.- En cuanto me aficiono a un nuevo producto busco fanfic sobre él

Otro: ☐ _____

30. 24.- Marca la o las opciones que más se ajusten a tu relación con el feedback: los comentarios, review, kudos, me gustan...

Selecciona todos los que correspondan.

- ☐ a.- No comento los fanfic en otros idiomas diferentes al mío porque tengo miedo de no expresarme correctamente
- ☐ b.- Comento o no comento los fanfics indistintamente del idioma en el que estén escritos
- ☐ c.- Comento todos los fanfics que me gustan
- ☐ d.- Comento un alto grado de los fanfics que me gustan
- ☐ e.- Intento dejar unos comentarios constructivos en cada fanfics que comento
- ☐ f.- Solo comento los fanfics de mis conocidos
- ☐ g.- No suelo dejar comentarios en ningún fanfic
- ☐ h.- Si algún fanfics no me gusta, le digo al escritor la razón
- ☐ i.- Aunque no comente, siempre intento dejar una felicitación, kudo, me gusta... a los fanfic que me han gustado

Otro: ☐ _____

31. 25.- ¿Haces o has hecho fanart?

Marca solo un óvalo.

- ☐ Sí *Salta a la pregunta 32*
- ☐ No *Salta a la pregunta 33*

32. 26.- Marca la o las opciones con las que te sientas más identificado como creador de fanart.

Selecciona todos los que correspondan.

- ☐ a.- En la actualidad no hago fanart
- ☐ b.- No publico fanart
- ☐ c.- Tengo bastante fanart sin publicar
- ☐ d.- Aprendí a manejar Adobe Photoshop, Gimp o cualquier otro programa de manipulación fotográfica para poder hacer manipulaciones y gifs sobre lo que soy fan
- ☐ e.- He hecho fanart en mis clases de dibujo
- ☐ f.- Nunca he recibido clases de dibujo o ilustración, soy autodidacta
- ☐ g.- Soy diseñadora gráfica
- ☐ h.- Soy ilustradora
- ☐ i.- Pregunto y comparto técnicas con otros creadores de fanart
- ☐ j.- He realizado tutoriales con mis conocimientos para poderlos compartir con el fandom
- ☐ k.- Mi fanart se centra en la manipulación de imágenes
- ☐ l.- Mi fanart se centra en la ilustración
- ☐ ll.- Mi fanart se centra en otra técnica diferente a las nombradas con anterioridad
- ☐ m.- Mi fanart está dentro del canon (retratos, representaciones de escenas...)
- ☐ n.- Mi fanart representa historias fuera del canon (universos alternativos, situaciones alternativas...)

Otro: ☐ _____

33. 27.- ¿Te gusta el fanart? ¿Buscas fanart?

Marca solo un óvalo.

- ☐ Sí *Salta a la pregunta 34*
- ☐ No *Salta a la pregunta 35*

34. 28.- Marca la o las opciones que más te representan.

Selecciona todos los que correspondan.

- ☐ Sigo a mis autores de fanart favoritos en al menos una red social
- ☐ Comento los fanart que me gustan
- ☐ Reblogueo, retwitteo... los fanart que me gustan
- ☐ Cuando entro en un nuevo fandom busco fanart

35. 29.- ¿Haces o has hecho fanvid (vídeos editados por fans usando clips de series y películas) o vidding?

Marca solo un óvalo.

- ☐ Sí Salta a la pregunta 36
☐ No Salta a la pregunta 37

36. 30.- Marca la o las opciones que más te representan como creador de fanvid.

Selecciona todos los que correspondan.

- ☐ a.- En estos momentos no hago fanvid
☐ b.- Intente hacer un fanvid, pero no me gusto el resultado y no lo publiqué
☐ c.- Aprendí a manejar Movie Maker, Adobe Premiere o cualquier otro programa de edición de imágenes para poder hacer fanvid
☐ d.- Nunca he recibido clases de edición de vídeo, soy autodidacta
☐ e.- Pregunto y comparto técnicas con otros creadores de fanvid
☐ f.- He realizado tutoriales con mis conocimientos para poderlos compartir con el fandom
☐ g.- Mis vídeos cuentan historias
☐ h.- Mis vídeos son vídeos musicales
☐ i.- Mis vídeos son recopilatorios de imágenes o trozos de series, películas...
☐ j.- Lo que hago es cortar una escena, secuencia o momento específico y subirlo a la red para remarcar la importancia de ese momento
Otro: ☐ _____

37. 31.- ¿Te gusta el fanvid? ¿Buscas o fanvid o vidding?

Marca solo un óvalo.

- ☐ Sí Salta a la pregunta 38
☐ No Salta a la pregunta 39

38. 32.- Marca la o las opciones que más te representen.

Selecciona todos los que correspondan.

- ☐ Tengo a mis creadores de fanvid favoritos y estoy suscrita a sus canales de youtube o vimeo
- ☐ Comento los fanvid que me gustan
- ☐ Reblogueo, retwitteo... los fanvid que me gustan
- ☐ Cuando entro en un nuevo fandom busco fanvid

39. 33.- ¿Eres creador de fansub (subtítulos)?

Marca solo un óvalo.

- ☐ Sí *Salta a la pregunta 40*
- ☐ No *Salta a la pregunta 41*

40. 34.- Marca la o las opciones que más te representen como creador de fansub (subtítulos).

Selecciona todos los que correspondan.

- ☐ a.- Realizo subtítulos para mi propia web
- ☐ b.- Formo parte de un grupo de subtitulado fijo, siempre subtitulo la o las mismas series
- ☐ c.- No solo traduzco subtítulos, también los reviso y doy el visto bueno
- ☐ d.- Empecé subtitulando 4 o 5 frases y ahora casi soy capaz de traducir un programa entero
- ☐ e.- Desde que subtitulo he aprendido nuevas expresiones y nuevo vocabulario
- ☐ f.- Estudio o estudié Traducción e interpretación, Filología y/o Educación en idiomas
- ☐ g.- Quiero ser o soy traductor@ y/o subtitulador de manera profesional
- ☐ h.- Subtitulo alguna cosa de manera puntual, pero no es una actividad que me guste especialmente
- ☐ i.- Mi nivel de inglés ya era muy alto cuando entre en el mundo del subtitulado fan
- ☐ j.- Subtitulo a castellano
- ☐ k.- Subtitulo a español latino
- ☐ l.- Subtitulo a inglés
- ☐ ll.- Subtitulo a otro idioma no nombrado anteriormente
- ☐ m.- Subtitulo cuando veo que los subtítulos de aquello que quiero ver no avanzan
- ☐ n.- Me propongo el subtitular como unos deberes de clase
- ☐ ñ.- Me propongo subtitular como si fuera un trabajo, aunque sea no remunerado

Otro: ☐ _____

41. 35.- ¿Eres usuario de fansub o subtítulos?

Marca solo un óvalo.

- ☐ Sí
- ☐ No *Salta a la pregunta 43*

42. 36.- Marca la o las opciones que más te representen como usuario de subtítulos.

Selecciona todos los que correspondan.

- ☐ a.- Uso subtítulos o fansub porque me gusta ver las películas y series en versión original
- ☐ b.- Uso los fansub porque me gusta seguir ciertas series a su ritmo original de emisión
- ☐ c.- No necesito subtítulos en castellano, porque entiendo bien el inglés, pero pongo los subtítulos en inglés
- ☐ d.- Veo ciertos productos subtitulados porque me han dicho que es bueno para mejorar mi nivel del idioma que estoy aprendiendo
- ☐ e.- Empecé viendo una serie con subtítulos en castellano y ahora me valen en inglés, o directamente no los necesito
- ☐ f.- Cuando leo los subtítulos, tengo la sensación de no estar escuchando los diálogos
- ☐ g.- Comento o agradezco su trabajo a los subtituladores
- ☐ h.- Desde que uso subtítulos leo mucho más rápido
- ☐ i.- Desde que uso subtítulos mi nivel de inglés (u otro idioma) ha mejorado

Otro: ☐ _____

43. 37. - Marca la o las opciones que más te representen con respecto a estas actividades de fans.

Selecciona todos los que correspondan.

- ☐ a.a.- Navego en las páginas oficiales de aquello que soy fan
- ☐ a.b.- Comento sobre mi afición en Twitter u otras redes sociales
- ☐ a.c.- Tengo uno o varios grupos de whatsapp donde hablo de aquello de lo que soy fan
- ☐ a.d.- Compró o he comprado merchandising
- ☐ a.e.- He creado una web, un blog o un microblogging sobre mi afición
- ☐ a.f.- Soy o he sido moderador de una comunidad on line
- ☐ a.g.- Busco spoilers
- ☐ a.h.- Leo o he leído recaps, review o resúmenes
- ☐ a.i.- Hago o he hecho recaps, review o resúmenes, textuales, fotográficos, infográficos o en vídeo
- ☐ a.j.- Participo o he participado en visionados en grupo
- ☐ a.k.- Participo o he participado en lecturas en grupo
- ☐ a.l.- Voy y he ido a Expos y Convenciones oficiales
- ☐ a.ll.- Voy o he ido a "kedadas" con otros fans
- ☐ a.m.- Organizo o he organizado "kedadas" con otros fans
- ☐ a.n.- Juego o he jugado al rol (on line u off line)
- ☐ a.ñ.- Tengo y juego con los juegos de mesa y videojuegos oficiales de mi afición
- ☐ a.o.- He creado juegos relacionados con mi fandom
- ☐ a.p.- Tengo o he tenido mi propio canal de youtube para hablar de mi afición
- ☐ a.q.- Tengo o he tenido un podcast para hablar de mi afición
- ☐ a.r.- Escribo y canto música filk (canciones escritas por fans sobre el fandom)
- ☐ a.s.- Escucho música filk (canciones escritas por fans sobre el fandom)
- ☐ a.t.- Hago scalations (cómic traducidos por fans)
- ☐ a.u.- Leo scalations (cómic traducidos por fans)
- ☐ a.v.- Hago fandub (vídeos, películas o series de televisión dobladas por fans)
- ☐ a.w.- Consumo fandub (vídeos, películas o series de televisión dobladas por fans)
- ☐ a.x.- Hago dōjinshi (cómic japoneses dibujados por fans)
- ☐ a.y.- Leo dōjinshi (cómic japoneses dibujados por fans)
- ☐ a.z.- Hago o hice fanzines
- ☐ b.a.- Leo o leía fanzines
- ☐ b.b.- Veo o vi fanfilm
- ☐ b.c.- Hago o hice fanfilm
- ☐ b.d.- Practico o he practicado cosplay

Otro: ☐ _____

ANEXO 2: ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Cuestión de género. Hombres y mujeres fans	175
Tabla 2. Cuestión de edad, cuando se empieza y cuándo se deja de ser fan	176
Tabla 3. Edad según género de los fans encuestados	177
Tabla 4. La nacionalidad de los fans encuestados	178
Tabla 5. La nacionalidad de los fans encuestados según género.....	180
Tabla 6. Habitantes de la población donde viven.....	181
Tabla 7. Número de habitantes de la población donde viven los fans españoles.....	181
Tabla 8. Últimos estudios finalizados por los fans encuestados.....	182
Tabla 9. Últimos estudios finalizados por los fans encuestados según género	183
Tabla 10. Ocupación. ¿Qué hacen los fans en estos momentos?	184
Tabla 11. Ocupación según género. ¿Qué hacen los fans en estos momentos?	185
Tabla 12. Los años que llevan siendo fans	186
Tabla 13. Los años que llevan siendo fans según género.....	187
Tabla 14. Principalmente a través de qué producto cultural se hacen fans los encuestados.....	188
Tabla 15. Principalmente a través de qué producto cultural se hacen fans los encuestados según género.....	189
Tabla 16. Encuestados que entran en el mundo de los fans a través principalmente de los cómics y videojuegos según género y edad.....	191
Tabla 17. Productos, personajes o universos que generan más fans	193
Tabla 18. Productos, personajes o universos de los que son más fans según género...	194
Tabla 19. Fans que se consideran o se han considerado parte del <i>fandom</i>	198
Tabla 20. Fans que se consideran o se han considerado parte del <i>fandom</i> según género	199
Tabla 21. ¿Pertenece o has pertenecido al <i>fandom</i> de alguno de los productos, personajes o universos de los que anteriormente te has declarado fan? Si es que sí, ¿de cuáles?	200

Tabla 22. Encuestados que formaban parte de un <i>fandom</i> antes de conocerlo a través de Internet.....	201
Tabla 23. Fecha en la que los encuestados empezaron a formar parte del <i>fandom</i> en Internet.....	201
Tabla 24. Fecha en la que los encuestados empezaron a formar parte del <i>fandom</i> en Internet según género.....	202
Tabla 25. Fans que en la actualidad forman parte de algún <i>fandom</i>	202
Tabla 26. Fans que en la actualidad forman parte de algún <i>fandom</i> según género	203
Tabla 27. Razones por las que ya no forman parte del <i>fandom</i>	203
Tabla 28. Actividades que realizan los fans dentro del <i>fandom</i>	205
Tabla 29. Actividades que realizan los fans dentro del <i>fandom</i> según género.....	207
Tabla 30. El top diez de actividades que realizan los fans, mujeres y hombres, dentro del <i>fandom</i>	209
Tabla 31. Fans que escriben <i>fanfiction</i>	211
Tabla 32. Fans que escriben <i>fanfiction</i> según género.....	211
Tabla 33. Edad de los escritores en comparación con los fans en general	212
Tabla 34. Edad de los escritores de <i>fanfiction</i> según género.....	213
Tabla 35. Nacionalidad de los escritores de <i>fanfic</i> en comparación con los fans en general	213
Tabla 36. Nacionalidad de los escritores de <i>fanfiction</i> según género.....	214
Tabla 37. Últimos estudios finalizados de los escritores de <i>fanfiction</i> en comparación con los fans en general.....	215
Tabla 38. Últimos estudios finalizados de los escritores de <i>fanfiction</i> según género ..	215
Tabla 39. Ocupación de los escritores en comparación con los fans en general.....	216
Tabla 40. Ocupación de los escritores según género.....	217
Tabla 41. Los años que llevan los escritores de <i>fanfiction</i> siendo fans en comparación con los fans en general.....	218
Tabla 42. Los años que llevan los escritores de <i>fanfiction</i> siendo fans según género..	218

Tabla 43. Principalmente a través de qué producto cultural se hacen fans los escritores encuestados en comparación con los fans en general.....	219
Tabla 44. Principalmente a través de qué producto cultural se hacen fans los escritores encuestados según género.....	220
Tabla 45. Productos, personajes o universos de los que son más fans los fans en general y los escritores de <i>fanfiction</i> en particular	220
Tabla 46. Comparativa de productos, personajes o universos de los que son más fans los fans en general y los escritores de <i>fanfiction</i> según género.....	222
Tabla 47. Escritores de <i>fanfiction</i> que se consideran o se han considerado parte del <i>fandom</i> en comparación con los fans en general	224
Tabla 48. Escritores de <i>fanfiction</i> que se consideran o se han considerado parte del <i>fandom</i> en comparación con los fans en general	224
Tabla 49. Afirmaciones que más representan al escritor de <i>fanfiction</i>	225
Tabla 50. Afirmaciones que más representan al escritor de <i>fanfiction</i> según género ..	226
Tabla 51. Afirmaciones que más representan al escritor de <i>fanfiction</i> con respecto al <i>beta –reader</i>	227
Tabla 52. Afirmaciones que más representan al escritor de <i>fanfiction</i> con respecto al <i>beta–reader</i> según género	228
Tabla 53. Actividades que más realizan los escritores de <i>fanfic</i> en comparación con los fans en general.....	229
Tabla 54. Actividades que más realizan los escritores de <i>fanfic</i> según género	231
Tabla 55. Las opciones que más representan a los escritores- <i>beta</i> como <i>betas</i>	232
Tabla 56. Las opciones que más representan a los escritores- <i>betas</i> como <i>betas</i> según género	233
Tabla 57. Actitudes de los escritores - lectores de <i>fanfic</i> , sobre la actividad de leerlos	233
Tabla 58. Actitudes de los escritores de <i>fanfiction</i> , que también leen <i>fanfiction</i> , sobre la actividad de leerlos, según género	234
Tabla 59. Actitudes de los escritores de <i>fanfiction</i> , que también leen <i>fanfiction</i> , sobre el <i>feedback</i> con los autores	235

Tabla 60. Actitudes de los escritores de <i>fanfiction</i> , que también leen <i>fanfiction</i> , sobre el <i>feedback</i> con los autores, según género.....	236
Tabla 61. Edad de los <i>betas</i> en comparación con los fans en general.....	237
Tabla 62. Edad de los <i>betas</i> según género.....	238
Tabla 63. Nacionalidad de los <i>betas</i> en comparación con los fans en general.....	238
Tabla 64. Nacionalidad de los <i>betas</i> según género.....	239
Tabla 65. Últimos estudios finalizados de los <i>betas</i> en comparación con los fans en general	239
Tabla 66. Ocupación de los <i>betas</i> en comparación con los fans en general.....	240
Tabla 67. Ocupación de los <i>betas</i> según género.....	241
Tabla 68. Los años que los <i>betas</i> llevan siendo fans en comparación con la de los fans en general.....	241
Tabla 69. Los años que los <i>betas</i> llevan siendo fans según género.....	242
Tabla 70. Principalmente a través de qué producto cultural se hacen fans los <i>betas</i> encuestados en comparación con los fans en general.....	243
Tabla 71. Principalmente a través de qué producto cultural se hacen fans los <i>betas</i> encuestados según género.....	243
Tabla 72. Los <i>betas</i> que formaban parte de un <i>fandom</i> antes de conocerlo en Internet en comparación con los fans en general.....	244
Tabla 73. Las opciones que más representan a los <i>betas</i>	245
Tabla 74. Las opciones que más representan a los <i>betas</i> , según género	246
Tabla 75. <i>Betas</i> que escriben o leen <i>fanfiction</i> , en comparación con fans en general..	246
Tabla 76. <i>Betas</i> que escriben o leen <i>fanfiction</i> según género.....	247
Tabla 77. Opciones que más representan el conocimiento de la figura de los <i>betas</i> , ante los propios <i>betas</i> escritores.....	248
Tabla 78. Opciones que más representan el conocimiento de la figura de los <i>betas</i> , ante los propios <i>betas</i> escritores, según género	248
Tabla 79. Opciones que más representan a los <i>betas</i> como lectores de <i>fanfiction</i>	250

Tabla 80. Opciones que más representan a los <i>betas</i> como lectores de <i>fanfiction</i> , según género	251
Tabla 81. Actitudes de los <i>betas</i> sobre el <i>feedback</i> con los autores de los <i>fanfic</i> que leen	252
Tabla 82. Actitudes de los <i>betas</i> sobre el <i>feedback</i> con los autores de los <i>fics</i> que leen, según género	253
Tabla 83. Edad de los lectores en comparación con los fans en general	254
Tabla 84. Edad de los lectores de <i>fanfiction</i> según género.....	254
Tabla 85. Nacionalidad de los lectores de <i>fanfic</i> en comparación con los fans en general	255
Tabla 86. Nacionalidad de los lectores de <i>fanfiction</i> según género.....	255
Tabla 87. Últimos estudios finalizados de los lectores de <i>fanfiction</i> en comparación con los fans en general	256
Tabla 88. Últimos estudios finalizados de los lectores de <i>fanfiction</i> según género	256
Tabla 89. Ocupación de los lectores de <i>fanfiction</i> en comparación con los fans en general	257
Tabla 90. Ocupación de los lectores de <i>fanfiction</i> según género.....	257
Tabla 91. Principalmente a través de qué producto cultural se hacen fans los lectores de <i>fanfiction</i> en comparación con los fans en general.....	258
Tabla 92. Principalmente a través de qué producto cultural se hacen fans los lectores según género	259
Tabla 93. Productos, personajes o universos de los que son más fans los fans lectores de <i>fanfiction</i> y los fans en general	259
Tabla 94. Productos, personajes o universos de los que son más fans los fans lectores de <i>fanfiction</i> según género.....	260
Tabla 95. Lectores de <i>fanfiction</i> que se consideran o se han considerado parte del <i>fandom</i> en comparación con los fans en general	262
Tabla 96. Lectores de <i>fanfiction</i> que se consideran o se han considerado parte del <i>fandom</i> según género	262

Tabla 97. Lectores de <i>fanfic</i> que formaban parte de un <i>fandom</i> antes de conocerlo a través de Internet	262
Tabla 98. Lectores de <i>fanfiction</i> que formaban parte de un <i>fandom</i> antes de conocerlo a través de Internet según género	263
Tabla 99. Actitudes de los lectores de <i>fanfiction</i> sobre la actividad de leerlos	263
Tabla 100. Actitudes de los lectores de <i>fanfiction</i> sobre la actividad de leerlos según género	265
Tabla 101. Actitudes de los lectores de <i>fanfiction</i> sobre el <i>feedback</i> con los autores ..	266
Tabla 102. Actitudes de los lectores de <i>fanfiction</i> sobre el <i>feedback</i> según género.....	266
Tabla 103. Fans que crean <i>fanart</i>	267
Tabla 104. Fans que crean <i>fanart</i> según género	267
Tabla 105. Edad de los creadores de <i>fanart</i> en comparación con los fans en general .	268
Tabla 106. Edad de los creadores de <i>fanart</i> según género	268
Tabla 107. Nacionalidad de los creadores de <i>fanart</i> en comparación con los fans en general	269
Tabla 108. Nacionalidad de los creadores de <i>fanart</i> según género	270
Tabla 109. Últimos estudios finalizados de los creadores de <i>fanart</i> en comparación con los fans en general	270
Tabla 110. Ocupación de los creadores de <i>fanart</i> en comparación con los fans en general	271
Tabla 111. Ocupación de los creadores de <i>fanart</i> según género	271
Tabla 112. Los años que llevan los creadores de <i>fanart</i> siendo fans en comparación con los fans en general	272
Tabla 113. Los años que llevan los creadores de <i>fanart</i> siendo fans según género	273
Tabla 114. Principalmente a través de qué producto cultural se hacen fans los creadores de <i>fanart</i> encuestados en comparación con los fans en general	273
Tabla 115. Principalmente a través de qué producto cultural se hacen fans los creadores de <i>fanart</i> encuestados según género	274

Tabla 116. Productos, personajes o universos de los que son más fans los fans en general y los creadores de <i>fanart</i> en particular.....	275
Tabla 117. Comparativa de productos, personajes o universos de los que son más fans los fans en general y creadores de <i>fanart</i> según género	276
Tabla 118. Creadores de <i>fanart</i> que se consideran o se han considerado parte del <i>fandom</i> en comparación con los fans en general	277
Tabla 119. Creadores de <i>fanart</i> que se consideran o se han considerado parte del <i>fandom</i> según género	277
Tabla 120. Afirmaciones que más representan al creador de <i>fanart</i>	278
Tabla 121. Afirmaciones que más representan al creador de <i>fanart</i> según género	279
Tabla 122. Actividades que realizan los creadores de <i>fanart</i> dentro del <i>fandom</i> , aparte de crear <i>fanart</i> en comparación con los fans en general.....	280
Tabla 123. Actividades que realizan los creadores de <i>fanart</i> dentro del <i>fandom</i> , según género	282
Tabla 124. Actitudes de los creadores de <i>fanart</i> sobre el <i>feedback</i> con otros creadores	283
Tabla 125. Actitudes de los creadores de <i>fanart</i> sobre el <i>feedback</i> con otros creadores según género	284
Tabla 126. Edad de los fans de <i>fanart</i> en comparación con los fans en general	285
Tabla 127. Edad de los fans de <i>fanart</i> según género	285
Tabla 128. Nacionalidad de los fans de <i>fanart</i> en comparación con los fans en general	286
Tabla 129. Nacionalidad de los fans de <i>fanart</i> según género	286
Tabla 130. Últimos estudios finalizados de los fans de <i>fanart</i> en comparación con los fans en general	287
Tabla 131. Últimos estudios finalizados de los fans del <i>fanart</i> según género.....	287
Tabla 132. Ocupación de los fans de <i>fanart</i> en comparación con los fans en general .	288
Tabla 133. Ocupación de los fans de <i>fanart</i> según género	289

Tabla 134. Principalmente a través de qué producto cultural se hacen fans los admiradores del <i>fanart</i> encuestados en comparación con los fans en general	289
Tabla 135. Principalmente a través de qué producto cultural se hacen fans los admiradores del <i>fanart</i> según género.....	290
Tabla 136. Productos, personajes o universos de los que son más fans los fans en general y los fans del <i>fanart</i>	291
Tabla 137. Comparativa de productos, personajes o universos de los que son más fans los fans en general y los fans del <i>fanart</i> según género	292
Tabla 138. Fans del <i>fanart</i> que se consideran o se han considerado parte del <i>fandom</i> en comparación con los fans en general	293
Tabla 139. Fans de <i>fanart</i> que se consideran o se han considerado parte del <i>fandom</i> según género	293
Tabla 140. Fans del <i>fanart</i> que formaban parte de un <i>fandom</i> antes de conocerlo a través de Internet	294
Tabla 141: Fans del <i>fanart</i> que formaban parte de un <i>fandom</i> antes de conocerlo a través de Internet según género.....	294
Tabla 142. Actitudes de los fans del <i>fanart</i> sobre el <i>feedback</i> con los autores	294
Tabla 143. Actitudes de los lectores de <i>fanfiction</i> sobre el <i>feedback</i> con los autores según género	295
Tabla 144. Fans que son <i>vidders</i>	295
Tabla 145. Fans que son <i>vidders</i> según género	296
Tabla 146. Edad de los <i>vidders</i> en comparación con los fans en general.....	296
Tabla 147. Edad de los <i>vidders</i> según género	297
Tabla 148. Nacionalidad de los <i>vidders</i> en comparación con los fans en general	297
Tabla 149. Nacionalidad de los <i>vidders</i> según género	298
Tabla 150. Últimos estudios finalizados de los <i>vidders</i> en comparación con los fans en general	299
Tabla 151. Últimos estudios finalizados de los <i>vidders</i> según género	299
Tabla 152. Ocupación de los <i>vidders</i> en comparación con los fans en general	300

Tabla 153. Ocupación de los <i>vidders</i> según género	300
Tabla 154. Los años que llevan los <i>vidders</i> siendo fans en comparación con los fans en general	301
Tabla 155. Los años que llevan los <i>vidders</i> siendo fans según género	301
Tabla 156. Principalmente a través de qué producto cultural se hacen fans los <i>vidders</i> encuestados en comparación con los fans en general.....	302
Tabla 157. Principalmente a través de qué producto cultural se hacen fans los <i>vidders</i> encuestados según género.....	302
Tabla 158. Productos, personajes o universos de los que son más fans los fans en general y los <i>vidders</i> en particular.....	303
Tabla 159. Comparativa de productos, personajes o universos de los que son más fans los fans en general y creadores los <i>vidders</i> según género	304
Tabla 160. Los <i>vidders</i> que se consideran o se han considerado parte del <i>fandom</i> en comparación con los fans en general.....	305
Tabla 161. Los <i>vidders</i> que se consideran o se han considerado parte del <i>fandom</i> según género	305
Tabla 162. Afirmaciones que más representan a los <i>vidders</i>	306
Tabla 163. Afirmaciones que más representan a los <i>vidders</i> según género	307
Tabla 164. Actividades que realizan los <i>vidders</i> dentro del <i>fandom</i> , aparte de crear fanart en comparación con los fans en general.....	308
Tabla 165. Actividades que realizan los creadores de <i>fanart</i> dentro del <i>fandom</i> , aparte de crear fanart según género.....	310
Tabla 166. Actitudes de los <i>vidders</i> sobre el <i>feedback</i>	311
Tabla 167. Actitudes de los <i>vidders</i> sobre el <i>feedback</i> con otros creadores según género	311
Tabla 168. Edad de los fans del <i>vidding</i> en comparación con los fans en general.....	312
Tabla 169. Edad de los fans del <i>vidding</i> según género.....	312
Tabla 170. Nacionalidad de los fans del <i>vidding</i> en comparación con los fans en general	313

Tabla 171. Nacionalidad de los fans del <i>vidding</i> según género.....	313
Tabla 172. Últimos estudios finalizados de los fans del <i>vidding</i> en comparación con los fans en general.....	314
Tabla 173. Últimos estudios finalizados de los fans del <i>vidding</i> según género	314
Tabla 174. Ocupación de los fans del <i>vidding</i> en comparación con los fans en general	315
Tabla 175. Ocupación de los fans de <i>vidding</i> según género.....	315
Tabla 176. Principalmente a través de qué producto cultural se hacen fans los fans del <i>vidding</i> encuestados en comparación con los fans en general.....	316
Tabla 177. Principalmente a través de qué producto cultural se hacen fans los fans del <i>vidding</i> según género	317
Tabla 178. Productos, personajes o universos de los que son más fans los fans del <i>vidding</i> y los fans en general	317
Tabla 179. Productos, personajes o universos de los que son más fans los fans del <i>vidding</i> según género	318
Tabla 180. Fans del <i>vidding</i> que se consideran o se han considerado parte del <i>fandom</i> en comparación con los fans en general.....	319
Tabla 181. Fans del <i>vidding</i> que se consideran o se han considerado parte del <i>fandom</i> según género	319
Tabla 182. Fans del <i>vidding</i> que formaban parte de un <i>fandom</i> antes de conocerlo a través de Internet	320
Tabla 183. Fans del <i>vidding</i> que formaban parte de un <i>fandom</i> antes de conocerlo a través de Internet según género	320
Tabla 184. Actitudes de los fans del <i>vidding</i> sobre el <i>feedback</i> con los autores	320
Tabla 185. Actitudes de los fans de <i>vidding</i> sobre el <i>feedback</i> con los autores según género	321
Tabla 186. Datos básicos de los participantes en las entrevistas.....	327

ANEXO 3: ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. <i>Fanart</i> de <i>Star Trek</i> en billetes de curso legal	56
Figura 2. <i>Fanart</i> de <i>Expediente X</i>	62
Figura 3. Captura de la web Archive of Our Own.....	102
Figura 4: Captura de la página web de inicio donde se desarrollaba el proyecto Kindle Worlds	110
Figura 5. <i>Fanart</i> de <i>Castle</i>	113
Figura 6. <i>Fanart</i> de <i>Expediente X</i> , autoretrato	117
Figura 7. <i>Fanart</i> de <i>Pitch Perfect</i> , muñeco tipo funko de Chloe Beale	118
Figura 8. <i>Fanart</i> de <i>El Ministerio del Tiempo</i> , <i>Tiempo de Hidalgos</i>	119
Figura 9. <i>Fanart</i> de <i>Star Wars</i> , <i>Rey y Ben en el otoño</i>	121
Figura 10. <i>Recap</i> infográfico de <i>Fringe</i> , captura.....	148
Figura 11. Captura de Fanfiction.net	156
Figura 12. Gráfica. Dedicación de los fans en su vida diaria según género.....	184
Figura 13: Gráfica. Principalmente a través de que producto cultural se hacen fans las mujeres	190
Figura 14: Gráfica. Principalmente a través de que producto cultural se hacen fans los hombres	191
Figura 15. Gráfica. Productos culturales con más fans	196
Figura 16. Gráfica. Fans que realizan actividades creadoras dentro del <i>fandom</i> según género	210
Figura 17. Gráfica. Comparativa de estudios finalizados de fans en general y escritores en particular	216
Figura 18. Gráfica. Top diez de productos culturales más seguidos por los escritores de <i>fanfic</i>	221
Figura 19. Gráficas. Top diez de productos culturales más seguidos por los escritores de <i>fanfic</i> mujeres.	222

Figura 20. Gráfica. Top diez de productos culturales más seguidos por los escritores de <i>fanfic</i> hombres	223
Figura 21. Gráficas. Top diez de productos culturales más seguidos por los escritores de <i>fanfic</i> en comparación con los lectores de <i>fanfic</i> por género.....	261
Figura 22. Gráfica. Top diez de productos culturales más seguidos por los creadores de <i>fanart</i>	275
Figura 23. Gráficas. Top diez de productos culturales más seguidos por las creadores de <i>fanart</i> según género	276
Figura 24. Gráfica. Las 20 actividades más realizadas por fans creadores de <i>fanart</i> según género	281
Figura 25. Gráfica. Top diez de productos culturales más seguidos por los admiradores de <i>fanart</i>	291
Figura 26. Gráfica. Productos culturales más seguidos por los fans de <i>fanart</i> por género	292
Figura 27. Gráfica 18. Top diez de productos culturales más seguidos por los <i>vidders</i>	303
Figura 28. Gráfica. Productos culturales más seguidos por los <i>vidders</i> según género.	304
Figura 29. Gráfica. Productos culturales más seguidos por los fans de <i>fanart</i> por género	318
Figura 30. <i>Fanart</i> de <i>Final Fantasy</i>	358
Figura 31. <i>Fanart</i> de <i>Bones</i> y <i>Pokémon</i> (<i>crossover</i>).....	359